



TUTKIMUS AUTONVUOK- RAUSASIAKKAISTA JA SIXT AU- TOVUOKRAAMON TUNNETTUU- DEN KARTOITTAMINEN

Anniina Lehtipuu

Opinnäytetyö
Toukokuu 2013
Matkailun koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma

LEHTIPUU ANNIINA:

Tutkimus autonvuokrausasiakkaista ja Sixt Autovuokraamon tunnettuuden kartoittaminen

Opinnäytetyö 57 sivua, joista liitteitä 4 sivua
Toukokuu 2013

Sixt Autovuokraamo on kansainvälinen autovuokraamoketju, joka aloitti toimintansa Suomessa vuonna 2005. Sixt tarjoaa kattavia autonvuokrauspalveluja ympäri Suomen, yhteensä 52 toimipisteessä aina pääkaupunkiseudulta Ivaloon asti.

Koska yritys on toiminut Suomessa vain joitakin vuosia, ei sillä ole olemassa tutkimusta asiakkaista. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, millaiset asiakkaat käyttävät mitään autovuokraamopalveluja, sekä mitä varauskanavia autonvuokrausasiakkaat käyttävät. Samalla kartoitetaan Sixtin tunnettuutta.

Aineisto kerättiin paperisella kyselylomakkeella tammikuussa 2013 Matkamessuilla Matka 2013 -tapahtumassa sekä kahdessa Sixtin toimipisteessä Tampereella. Aineisto koottiin Excel-taulukoon ja analysoitiin Tixel-ohjelmalla. Tulokset on havainnollistettu myös kuvioin ja taulukoin.

Tutkimustulosten perusteella toimeksiantajayritys voi pohtia, tulisiko sen lisätä tai poistaa autonvuokraustuotteita valikoimastaan tai vähentää tai lisätä varauskanaviaan. Työssä käy myös ilmi, minkä autonvuokraustuotteiden parissa yrityksen tulisi erityisesti parantaa tunnettuuttaan.

Asiasanat: autonvuokraus, asiakassegmentointi

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism

LEHTIPUU ANNIINA:

A Customer Study and Visibility Survey for Sixt Rent a Car Finland

Bachelor's thesis 57 pages, appendices 4 pages
May 2013

Sixt Rent a Car is an international car rental company, which opened its first office in Finland in 2005. Sixt offers comprehensive car rental services all around Finland, in 52 local offices from Helsinki to Ivalo.

Because the company has operated in Finland for such a short period of time, it does not have any kind of a study of customers. The purpose of this thesis is to find out what kind of customers use car rental services, what kind of cars they rent and how they book them. The study will also canvass the visibility and awareness of Sixt Rent a Car.

The data used in this study was collected with a paper survey at the Nordic Travel Fair 2013 and at two Sixt offices in Tampere. The data was then compiled in an Excel table and analysed with Tixel. The results are illustrated with figures and charts.

Based on the results of this study Sixt Rent a Car can consider whether to add or cut back on the car rental products or services they offer as well as their booking channels. The study also shows which type of car rental customers are least familiar with Sixt Rent a Car, which helps the company to plan what to focus on when designing its marketing strategies.

Key words: car rental service, customer segmentation

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	TUTKIMUSSUUNNITELMA	7
2.1	Tutkimuksen kohde.....	7
2.1.1	Sixt Autovuokraamo	7
2.1.2	Työn merkitys	8
2.1.3	Tavoitteet.....	8
2.2	Käsitteet ja teoriat	9
2.2.1	Autonvuokraus	9
2.2.2	STP-malli	9
2.2.3	Asiakassegmentointi	10
2.2.4	Asiakassegmenttien valitseminen	10
2.3	Tutkimuskysymykset	11
2.3.1	Ketkä vuokraavat autoja.....	11
2.3.2	Millaisia autoja vuokrataan	11
2.3.3	Mitä kautta vuokra-autot varataan	11
2.3.4	Kuinka hyvin Sixt Autovuokraamo tunnetaan.....	12
2.3.5	Potentiaali kasvulle	12
2.4	Aineisto ja menetelmät	12
2.4.1	Kyselylomake.....	12
2.4.2	Aineiston analysointi.....	13
2.4.3	Kyselyn toteuttaminen	13
2.5	Tutkimuksen kulku	13
3	TUTKIMUSTULOKSET	14
3.1	Vastaajien taustatiedot	14
3.2	Millaisia autoja vuokrataan.....	16
3.2.1	Sukupuolen merkitys.....	17
3.2.2	Talouden koon vaikutus vuokrattavaan autoon	18
3.3	Kuinka usein käytät autovuokraamon palveluja	20
3.3.1	Sukupuolen merkitys.....	21
3.3.2	Talouden koon vaikutus	21
3.3.3	Tulojen vaikutus.....	23
3.4	Tärkeimmät syyt autonvuokraamiseen	24
3.4.1	Sukupuolen merkitys.....	25
3.4.2	Talouden koon vaikutus	27
3.5	Mikä vaikuttaa autovuokraamon valintaan	28
3.5.1	Sukupuolen merkitys.....	30

3.5.2	Talouden koon vaikutus	32
3.6	Mitä kautta vastaajat useimmiten varaavat vuokra-auton.....	35
3.6.1	Mitä kautta erilaiset vuokra-autot varataan?	36
3.7	Kuinka sitoutuneita vastaajat ovat käyttämäänsä autovuokraamoon	38
3.7.1	Vastaajien sitoutuneisuus eri autotyyppien kohdalla	39
4	SIXT AUTOVUOKRAAMON TUNNETTUUS	41
4.1	Sixt Autovuokraamon tunnettuus vastaajien keskuudessa	41
4.1.1	Sixt Autovuokraamon tunnettuus erilaisten autojen vuokraajien keskuudessa	42
4.2	Miten vastaajat kokivat Sixt Autovuokraamon.....	44
4.2.1	Miten vastaajat kokivat Sixt Autovuokraamon asiakkuuden eri vaiheissa	45
5	JOHTOPÄÄTÖKSET	47
5.1	Ketkä vuokraavat autoja	47
5.2	Tärkeimmät syyt autonvuokraamiseen	47
5.3	Millaisia autoja vuokrataan.....	48
5.4	Mitä kautta vuokra-autot varataan	48
5.4.1	Mikä vaikutti autovuokraamon valintaan	49
5.5	Kuinka hyvin Sixt Autovuokraamo tunnetaan.....	50
5.6	Miten vastaajat kokivat Sixt Autovuokraamon.....	50
5.7	Potentiaali kasvulle	51
6	POHDINTA.....	52
	LÄHTEET	53
	LIITTEET	54

1 JOHDANTO

Lähestyin Sixt Autovuokraamoja toimeksiannon toivossa alkuvuodesta 2013, koska halusin opinnäytetyölleni suoran kytköksen työelämään. Halusin myös tehdä työn, jolla on merkitystä myös muutoin kuin omana päättötyönäni. Olen ollut Sixtillä töissä yli vuoden, ja suoritin toisen harjoittelujaksoni yrityksen palveluksessa.

Yhdessä toimeksiantajayrityksen kanssa päädyimme yleiseen tutkimukseen autonvuokrausasiakkaista, joka samalla kartoittaa myös Sixtin tunnettuutta. Tutkimus toteutettiin paperisella kyselylomakkeella tammikuussa 2013.

Työn mielekkyyttä lisäsi läheinen kytkökseni toimeksiantajayritykseen. Tutkimus toteutettiin alusta alkaen Sixt Autovuokraamon toiveiden ja tarpeiden mukaan, ja toimeksiantaja olikin kiitettävästi mukana suunnittelussa alusta loppuun.

2 TUTKIMUSSUUNNITELMA

2.1 Tutkimuksen kohde

2.1.1 Sixt Autovuokraamo

Sixt Autovuokraamo on kansainvälinen autonvuokrausketju, jonka juuret ovat Saksassa. Yritys toimii yli sadassa maassa, joissa sillä on yhteensä 4000 toimipistettä. Suomen ensimmäinen toimipiste avattiin vuonna 2005. Nykyään Suomessa on 52 Sixt-toimipistettä, pääkaupunkiseudulta aina Ivaloon asti. Suomessa Sixtin franchise-lisenssinhaltijana toimii Veho-konserniin kuuluva Veho Rent Oy Ab. Sixt Autovuokraamo työllistää Suomessa noin 70 henkilöä. (Taina Kivistö 2013)

Sixt tarjoaa monipuolisia autonvuokrauspalveluja niin Suomessa kuin muualla maailmassakin. Suomessa toimipisteet sijoittuvat kaupunkikeskuksiin, lomakohteisiin, lentokentille sekä autoliikkeiden ja -korjaamojen yhteyteen. Yritys tarjoaa perinteisen autonvuokrauksen lisäksi muun muassa sijaisautopalveluja ja pitkäaikaisvuokrauksia. (Taina Lehtipuu 2013)

Sixtin kalustoon kuuluvat erilaiset henkilöautot kahden hengen pikkuautoista farmareihin ja isoihin edustusautoihin sekä erikokoiset pakettiautot ja tila-autot. Sixt tarjoaa myös jonkin verran erikoisautoja, kuten urheilu- ja avoautoja sekä maastureita. (Sixt 2013)

Sixt tekee laajaa yhteistyötä erilaisten toimijoiden, kuten lentoyhtiöiden, hotelliketjujen sekä alan organisaatioiden, kuten Autoliiton, kanssa. Sixt on myös jäsenenä Suomen autovuokraamojen liitossa. (Sixt 2013)

2.1.2 Työn merkitys

Sixt Autovuokraamolla ei ole olemassa (Suomessa) tutkimusta asiakkaista eikä näin ollen asiakasryhmiä selkeästi määriteltynä. Asiakasryhmien määrittely auttaa kohdentamaan markkinoinnin potentiaaliin ja mahdollisimman tuottaviin asiakkaisiin.

Sixt on Suomen autonvuokrausmarkkinoilla melko uusi toimija. Tässä työssä selvitetään myös Sixtin tunnettuutta eri asiakasryhmien keskuudessa. Tulosten perusteella yritys voi suunnitella toimenpiteitä tunnettuutensa parantamiseksi erityisesti niitten asiakasryhmien keskuudessa, joille Sixt ei ollut ennestään tuttu.

2.1.3 Tavoitteet

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää millaiset asiakkaat käyttävät autovuokraamon palveluja, ja millaisia autoja vuokrataan eli millaisia autonvuokraustuotteita käytetään sekä millaisia varauskanavia asiakkaat käyttävät.

Tutkimustulosten perusteella toimeksiantajayritys voi helpommin suunnitella markkinointiaan ja määritellä tavoittelemansa kohderyhmät. Yritys voi myös suunnitella ja kehittää toimintaansa poistamalla tuotteita valikoimastaan mikäli tutkimustuloksista käy ilmi, että jollekin jo olemassa olevalle yrityksen tarjoamalle tuotteelle ei ole kysyntää. Vastaavasti yritys voi tutkimustulosten perusteella lisätä tuotteita ja palveluja mikäli käy ilmi, ettei yrityksen tarjonta vastaa kysyntää.

Tutkimuksen tavoitteena on lisäksi selvittää Sixt Autovuokraamon tunnettuutta ja potentiaalia kasvulle. Suomen autovuokraamojen liiton hallituksen jäsenen ja Sixt Autovuokraamon entisen toimitusjohtajan Seppo Sariolan mukaan autonvuokrauksien kokonaismäärä Suomessa on n. 400 000, ja Sixtin markkinaosuus 7 %.

2.2 Käsitteet ja teorit

2.2.1 Autonvuokraus

Autonvuokraustoiminnalla tarkoitetaan auton lyhytaikaista vuokrausta ilman kuljettajaa. Autonvuokraus on jaettavissa rent- ja leasing-toimintaan. Suomessa vuokrattavien autojen rekisteriotteessa lukee käyttötarkoituksena ”Vuokraus ilman kuljettajaa”. (Seppo Sariola 2013)

Rent-vuokraus on lyhytaikaista autonvuokrausta, joka kestää tyypillisimmillään muutaman vuorokauden. Rent-vuokrauksiin lasketaan korkeintaan 12 kuukautta kestävä vuokraukset. Näissä vuokrauksissa sopimukset ovat joustavampia, ja vuokrasopimusta voi yleensä jatkaa tai lyhentää ilman merkittäviä sanktioita. (Seppo Sariola 2013)

Yli 12 kuukautta kestävien vuokrauksien yhteydessä puhutaan leasing-vuokrauksista. Näissä asiakas sitoutuu pitämään autoa ennalta sovitun määrä-ajan, ja sopimuksen katkaiseminen kesken sopimuskauden aiheuttaa vuokraajalle merkittäviä lisäkustannuksia. (Seppo Sariola 2013)

2.2.2 STP-malli

Työn teoreettisena viitekehyksenä toimii markkinoinnin STP-malli, joka muodostuu englanninkielisistä sanoista *segmentation*, *targeting*, ja *positioning*. Suomennettuna tämä tarkoittaa segmentointia, segmenttien valitsemista ja targetointia sekä yrityksen asemointia kilpailijoihin nähden. Tässä työssä keskityn kuitenkin vain kahteen ensimmäiseen osaan, asiakassegmentointiin ja segmenttien tavoittamiseen. (Kotler, Keller 2012, 56)

Asiakassegmentointia, segmentointiperusteita sekä asiakassegmenttien tavoittamista käsitellään tarkemmin kohdissa 2.2.3 ja 2.2.4.

2.2.3 Asiakassegmentointi

Yrityksen ei yleensä ole kannattavaa tavoitella kaikkia olemassa olevia asiakkaita ja asiakasryhmiä, vaan jakaa ne yksilöityihin ryhmiin eli asiakassegmentteihin. Tämän jälkeen yrityksen tulee miettiä, mitä segmenttejä se pystyy palvelemaan tehokkaasti. Oikeiden asiakassegmenttien tunnistaminen ja niiden tarpeiden tyydyttäminen on yleensä avain menestyksekääseen markkinointiin. (Kotler, Keller 2012, 236)

Asiakassegmentoinnissa markkina-alue jaetaan huolellisesti määriteltyihin lohkoihin eli segmentteihin. Jokaisen segmentin asiakkailla on keskenään samanlaiset tarpeet ja halut. Segmentointiperusteita voivat olla esimerkiksi ikä, sukupuoli, talouden koko, asuinpaikka, ammatti, asenne, kansallisuus, ostokäyttäytyminen ja asiakkuuden taso. Käytettävät segmentointiperusteet määräytyvät muun muassa kohdeyrityksen ominaisuuksien ja tuotteiden mukaan. (Kotler, Keller 2012, 237)

Raatikainen jakaa asiakassegmentoinnin kolmeen segmentointistrategiaan: keskitetty strategia, selektiivinen strategia ja segmenttoimaton strategia. Keskitetyssä segmentoinnissa valitaan jokin tietty asiakassegmentti markkinoinnin kohteeksi, kun taas selektiivisessä segmentoinnissa kohteena on useita erilaisia asiakassegmenttejä. Segmenttoimaton strategia on massamarkkinointia, joka edellyttää, että kaikilla asiakkailla on samanlaiset tarpeet. (Raatikainen 2008, 23)

Yrityksen toiminnan laatu sekä sen tarjoamat tuotteet määrittelevät myös sen, kannattaako yrityksen tavoitella useita segmenttejä samalla tuotteella, vai tarjota jokaiselle segmentille omaa, erilaistettua tuotettaan. Yhtä tuotetta tarjottaessa tuotteen kustannukset ovat yleensä melko pienet, mutta tuotteen tulee vastata hyvinkin erilaisten asiakkaiden odotuksia. Erilaistetuilla tuotteilla yritys pystyy yleensä tehokkaammin täyttämään asiakkaidensa toiveet, mutta tuotteiden kustannukset ovat huomattavasti korkeammat. (Anttila & Iltanen 1993, 97-98)

2.2.4 Asiakassegmenttien valitseminen

Kun yritys on jakanut potentiaaliset asiakkaansa segmentteihin, tulee sen päättää, mitä näistä segmenteistä se lähtee tavoittelemaan. Kotler & Keller listaavat viisi kriteeriä,

joiden perusteella voidaan selvittää, onko segmentti tavoittelemisen arvoinen:

1. Segmentin koko, ostovoima ja ominaisuudet on mitattavissa.
2. Segmentti on tarpeeksi suuri tuottaakseen.
3. Segmentti on tavoitettavissa ja palveltavissa tehokkaasti.
4. Segmentti on erotettavissa muista segmenteistä. Eri asiakassegmenttien tulee reagoida erilailla erilaisiin markkinointikeinoihin.
5. Segmentin tavoittamiseksi ja palvelemiseksi on mahdollista laatia tehokkaita markkinointisuunnitelmia (Kotler, Keller 2012, 253-254)

2.3 Tutkimuskysymykset

2.3.1 Ketkä vuokraavat autoja

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, millaisia asiakkaita autovuokraamoilla on, eli millaiset ihmiset vuokraavat autoja.

2.3.2 Millaisia autoja vuokrataan

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, millaisia autoja asiakkaat vuokraavat eli mitä autovuokraamon tuotteita he käyttävät. Tämän perusteella voidaan pohtia, tulisiko toimeksiantajayrityksen lisätä tai poistaa tarjoamiaan tuotteita ja palveluja.

2.3.3 Mitä kautta vuokra-autot varataan

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, mitä kautta asiakkaat yleensä varaavat vuokra-auton. Tämän perusteella voidaan pohtia tulisiko toimeksiantajayrityksen lisätä tai poistaa olemassa olevia varauskanaviaan.

2.3.4 Kuinka hyvin Sixt Autovuokraamo tunnetaan

Tutkimuksen tarkoituksena on myös selvittää tarvetta ja mahdollisuuksia toimeksiantajayrityksen tunnettuuden lisäämiselle. Tämä tapahtuu kartoittamalla Sixt Autovuokraamon tunnettuutta vastaajien keskuudessa. Tutkimustuloksista voidaan päätellä, minkälaisten vuokraajien keskuudessa Sixt tunnetaan ja minkä kohderyhmien osalta tunnettuutta tulisi parantaa.

2.3.5 Potentiaali kasvulle

Työssä pohditaan myös Sixt Autovuokraamon potentiaalia kasvulle. Tähän vaikuttaa se, miten vastaajat kokivat Sixtin ja kuinka hyvin yritys tunnettiin sen tarjoamien tuotteiden käyttäjien keskuudessa.

2.4 Aineisto ja menetelmät

2.4.1 Kyselylomake

Tutkimuksessa käytettävä aineisto kerättiin paperisella kyselylomakkeella (LIITE 1). Kyselylomake suunniteltiin yhteistyössä toimeksiantajayrityksen kehitys- ja markkinointipäällikön Taina Kivistön kanssa. Ennen kyselyn toteuttamista lomakkeen luki ja esitäytti kolme toimeksiantajayrityksen työntekijää.

Kyseessä on kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Lomakkeen kysymyksiin oli annettu vastausvaihtoehdot, ja joissakin kohdissa oli lisäksi vaihtoehtona vapaamuotoisen vastauksen kirjoittaminen. Vastaajien omia vastausvaihtoehtoja tuli vähän, mistä voi päätellä, että kyselylomakkeeseen oli kattavasti kirjattu tutkimuksen kannalta tärkeimmät vaihtoehdot.

2.4.2 Aineiston analysointi

Kyselylomakkeella kerätyt tiedot koottiin Excel-taulukkoon ja analysoitiin Tixel-ohjelmalla. Tulosten havainnollistamiseen käytettiin lisäksi kuvioita ja taulukoita.

Tutkimusaineiston käsittelyssä käytettiin markkinoinnin STP-mallia, joka sisältää asiakassegmentoinnin, asiakassegmenttien valitsemisen ja markkinoinnin kohdentamisen sekä yrityksen asemoinnin kilpailijoihin nähden. Tutkimuksesta kuitenkin jätettiin viimeinen kohta, asemointi, pois.

2.4.3 Kyselyn toteuttaminen

Kysely toteutettiin paperilomakkeella, jonka vastaajat täyttivät itse anonymisti. Kyselyt kerättiin tammikuun 2013 aikana Matkamessuilla Matka 2013 –tapahtumassa sekä kahdessa Sixt-toimipisteessä Tampereella. Vastaajia kyselyyn saatiin yhteensä 74 kappaletta, joista 69 Matka 2013 –tapahtumasta ja yhteensä 5 Sixtin toimipisteistä Tampereen Veholla ja Tampereen keskustassa.

Vastaajiksi valikoitiin sellaisia henkilöitä, jotka omasivat kokemusta autonvuokrauksesta.

2.5 Tutkimuksen kulku

Kolmannessa ja neljännessä luvussa esittelen kerätyn aineiston, jota havainnollistan kuvioin ja taulukoin. Kolmas luku keskittyy yleiseen autonvuokrauskäyttämiseen, ja neljäs luku Sixt Autovuokraamoon tunnettuuteen sekä siihen, miten vastaajat kokivat yrityksen. Viidennessä luvussa vastaan tutkimuskysymyksiin. Kuudes luku sisältää omaa pohdintaani työn etenemisestä ja lopputuloksesta.

3 TUTKIMUSTULOKSET

3.1 Vastaajien taustatiedot

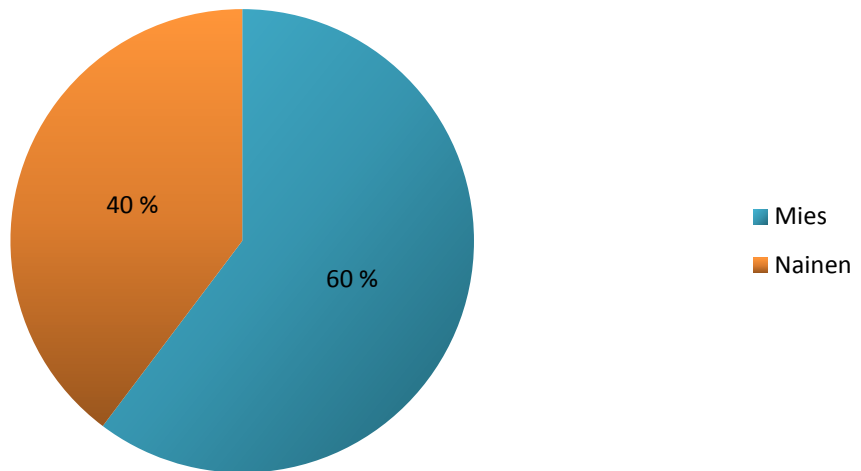
Kyselyyn vastasi 74 henkilöä. Vastaajaksi hyväksyttiin sellaiset henkilöt, jotka kertoivat joskus vuokranneensa autoja joko Suomessa tai ulkomailla. Vastaajien pienestä määrästä johtuen kaikki tutkimuksessa esitetyt tulokset eivät ole täysin luotettavia, mutta suurimmasta osasta on nähtävissä suuntaa antavaa tietoa toimeksiantajayrityksen hyötykäyttöön.

Osa vastaajista ei täysin ymmärtänyt lomakkeen kysymyksiä, mistä johtuen osa vastauksista saattaa olla ainakin osittain virheellisiä. Osa vastaajista tuntui kokevan sijaisauton ja henkilöauton samana tuotteena, ja näin ollen osa henkilöauton vuokraajista kuuluisi todennäköisesti sijaisauton vuokraajiin. Osa vastaajista ei nähtävästi kokenut sijaisautopalveluita autonvuokrauksena, sillä osassa vastauksista vastaaja on kertonut, ettei vuokraa autoja lainkaan kotimaassa, mutta samalla merkinnyt oman auton huollon tai korjauksen tärkeimmäksi syyksi autonvuokraukseen. Nämä vastaajat eivät näy sijaisauton vuokraajissa.

Osassa vastauksista kohta 7: ”Mikä/mitkä ovat tärkeimmät syyt auton vuokraamiseen kotimaassa?” oli jätetty tyhjästi, mutta muuten lomake oli täytetty huolellisesti. Tämä johtui luultavimmin lomakkeen muotoilusta, ja kyseiset vastaajat eivät olleet huomanneet vastausvaihtoehtoa ”Työ- tai lomamatka ulkomaille”. Näiden kohdalla vastaukseksi kirjattiin kuitenkin ”Työ tai lomamatka ulkomaille”.

Vastaajista 29 eli 40 % oli naisia, ja 44 eli 60 % miehiä (kuvio 1). Vastaajista 14 eli 19 % asui yksin, 28 eli 38 % kahden hengen ja 27 eli 36 % 3-5 hengen taloudessa. Vastaajista 5 eli 7 % ilmoitti asuvansa yli 5 hengen taloudessa.

1 Vastaajien sukupuoli

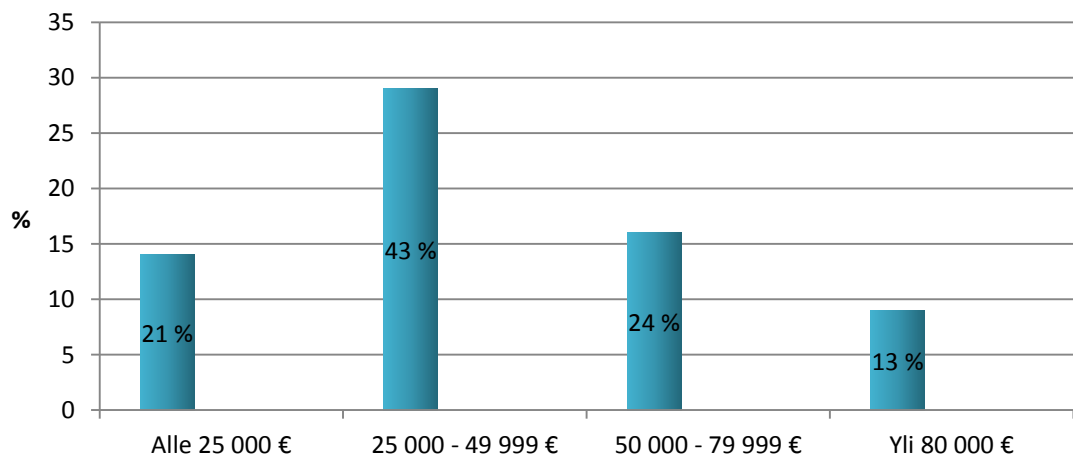


n: 74

KUVIO 1. Vastaajien sukupuoli

Vastaajista 14 eli 21 %:n bruttotulot olivat alle 25 000 € vuodessa, ja 9 eli 13 %:n yli 80 000 € (kuvio 2). Vastaajista 29 eli 43 % kuului tuloluokkaan 25 000-49 999 € vuodessa, ja 16 eli 24 % tuloluokkaan 50 000-79 999 € vuodessa.

2 Tuloluokat

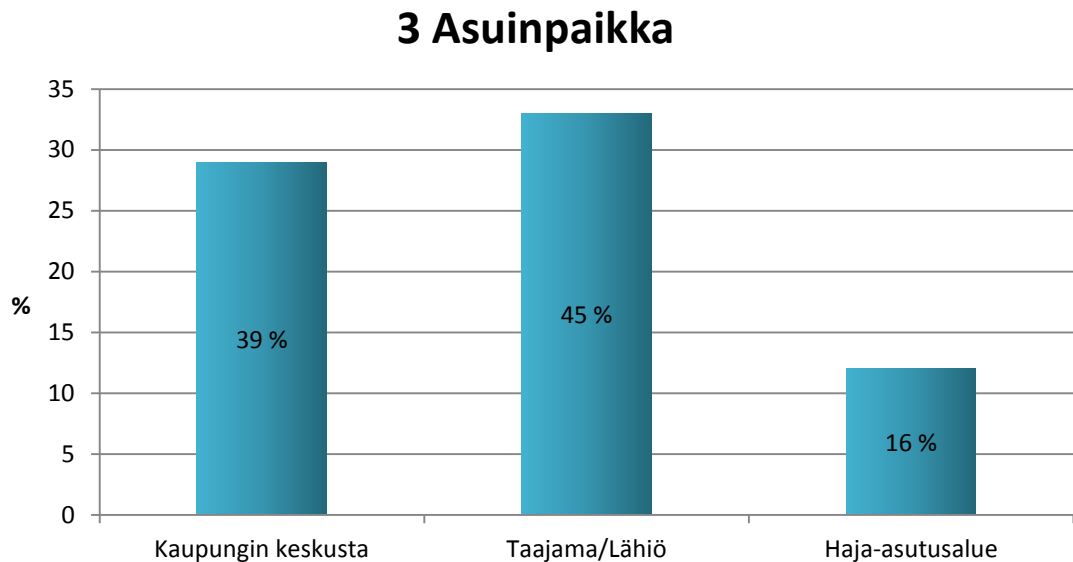


n: 73

KUVIO 2. Tuloluokat

Vastaajista 54 eli 73 % asui Etelä-Suomen läänissä ja 12 eli 16 % Länsi- ja Sisä-Suomen läänissä. Vastaajista 6 eli 8 % asui Lounais-Suomen läänissä. Itä-Suomen ja Lapin lääneissä asui kummassakin yksi vastaaja.

Vastaajista 29 eli 39 % asui kaupungin keskustassa, 33 eli 45 % taajamassa tai lähiössä ja 12 eli 16 % haja-asutusalueella (kuvio 3).



n: 74

KUVIO 3. Asuinpaikka

3.2 Millaisia autoja vuokrataan

Vastaajista 31, eli 42 %, kertoi vuokraavansa oman auton huollon tai korjauksen ajaksi sijaisautoja (taulukko 1). Vastaajista 17 eli 23 % kertoi vuokraavansa pakettiautoja, ja 14, eli 19 %, henkilöautoja. Tila-auton tai minibussin vuokraajia oli 5, eli 7 %, vastaajista. Vain yksi vastaaja kertoi vuokraavansa matkailuautoja. Yksi vastaajista rastitti lomakkeesta kohdan ”Muu”, ja kertoi vuokraavansa autoja asiakkaille.

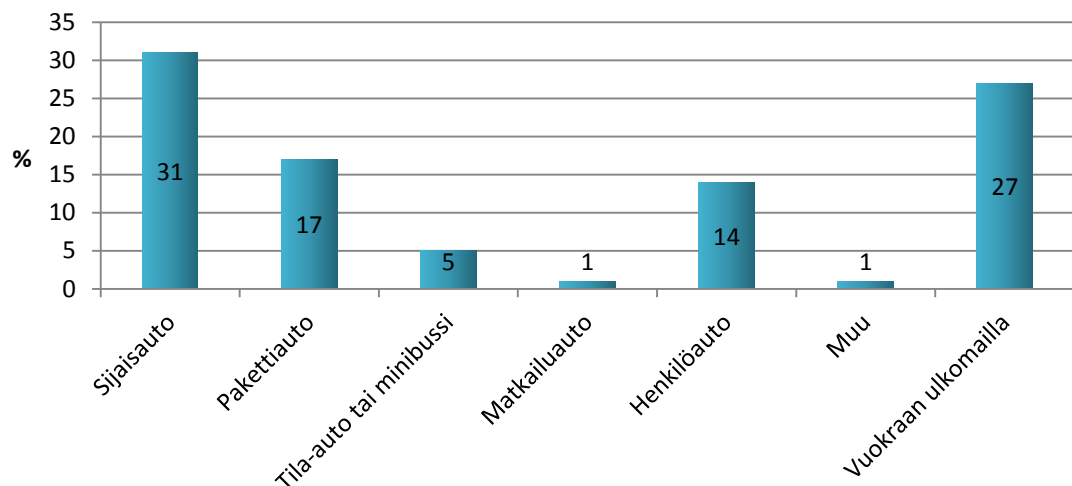
Vastaajista 27, eli 36 %, kertoi vuokraavansa autoja ulkomailla.

TAULUKKO 1. Vuokraatko autoja kotimaassa 1

	<i>Lkm</i>	<i>%</i>
Sijaisauto	31	42
Pakettiauto	17	23
Tila-auto tai minibussi	5	7
Matkailuauto	1	1
Henkilöauto	14	19
Muu	1	1
Vuokraan ulkomailla	27	36

n: 74

4 Vuokraatko autoja kotimaassa 1



n. 74

KUVIO 4. Vuokraatko autoja kotimaassa 1

3.2.1 Sukupuolen merkitys

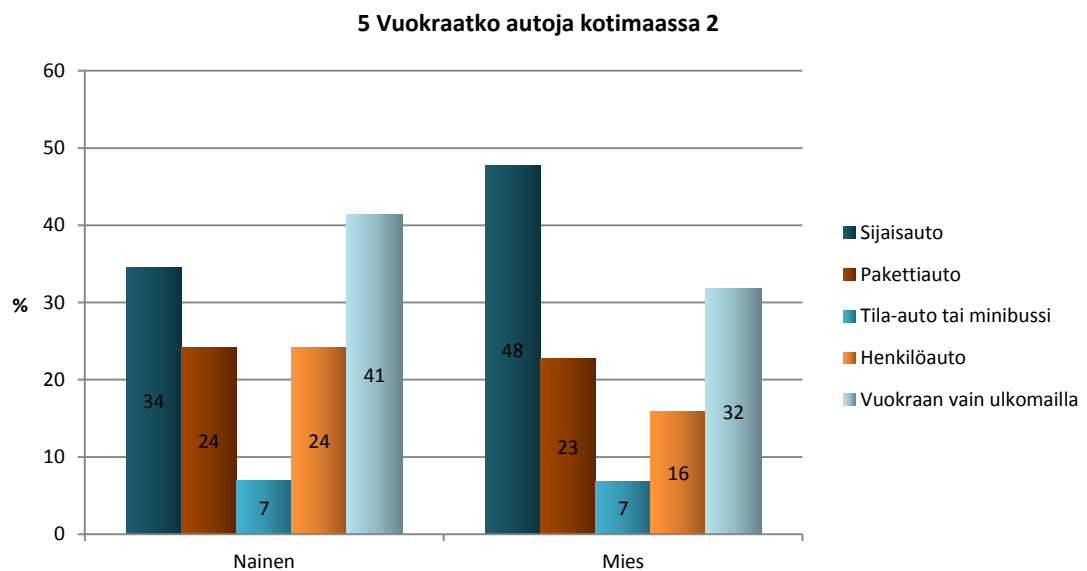
Naispuolisista vastaajista 34 % kertoi vuokraavansa sijaisautoja ja miespuolisista vastaajista 48 % (taulukko 2). Pakettiautoja vuokrasi suunnilleen saman verran kummankin sukupuolen edustajat, naisista 24 % ja miehistä 23 %. 7 % sekä naisista että miehistä kertoi vuokraavansa tila-autoja tai minibusseja. Henkilöautoja kertoi vuokraavansa 24 % naisista, mutta vain 16 % miehistä. Naisista 41 % kertoi vuokraavansa autoja ulkomailla, kun miehillä vastaava luku oli 32 %.

Kyselylomakkeen vastausvaihtoehtoja ”Matkailuauto” ja ”Muu” ei ole otettu tässä huomioon, koska molemmissa vastaajia oli vain yksi.

TAULUKKO 2. Vuokraatko autoja kotimaassa 2

%	<i>Nainen</i>	<i>Mies</i>
Sijaisauto	34	48
Pakettiauto	24	23
Tila-auto tai minibussi	7	7
Henkilöauto	24	16
Vuokraan ulkomailla	41	32

n: 74



n: 74

KUVIO 5. Vuokraatko autoja kotimaassa 2

3.2.2 Talouden koon vaikutus vuokrattavaan autoon

Yksin asuvista kyselyyn vastanneista 36 % kertoi vuokraavansa sijaisautoja ja myös 36 % pakettiautoja (taulukko 3). Henkilöauton vuokraajia oli 21 % yksin asuvista vastaajista. 36 % yksin asuvista vastaajista kertoi vuokraavansa autoja ulkomailla.

Kahden hengen taloudessa asuvista kyselyyn vastanneista 25 % kertoi vuokraavansa sijaisautoja ja 18 % pakettiautoja. 7 % kertoi vuokraavansa tila-autoja tai minibusseja ja 11 % henkilöautoja. Enemmistö kahden hengen taloudessa asuvista vastaajista, 54 %, kertoi vuokraavansa autoja ulkomailla.

Kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvista kyselyyn vastanneista 70 % kertoi vuokraavansa sijaisautoja ja 22 % pakettiautoja. 4 % vuokrasi tila-autoja tai minibusseja ja 26 % henkilöautoja. 19 % kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvista vastanneista kertoi vuokraavansa autoja ulkomailla.

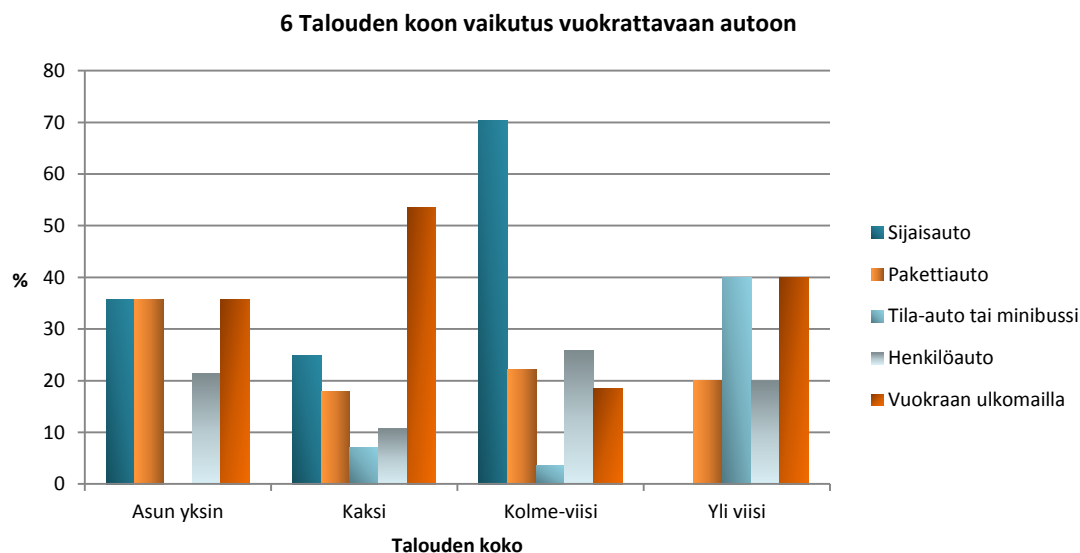
Yli viiden hengen taloudessa asuvista kyselyyn vastanneista 20 % kertoi vuokraavansa pakettiautoja, 40 % tila-autoja tai minibusseja ja 20 % henkilöautoja. 40 % yli viiden hengen taloudessa asuvista kyselyyn vastanneista kertoi vuokraavansa autoja ulkomailla.

Kyselylomakkeen kohtia ”Matkailuauto” ja ”Muu” ei ole otettu tässä huomioon, sillä vastaajia oli kummassakin vain yksi.

TAULUKKO 3. Talouden koon vaikutus vuokrattavaan autoon

%	<i>Asun yksin</i>	<i>Kaksi</i>	<i>Kolme-viisi</i>	<i>Yli viisi</i>
Sijaisauto	36	25	70	0
Pakettiauto	36	18	22	20
Tila-auto tai minibussi	0	7	4	40
Henkilöauto	21	11	26	20
Vuokraan ulkomailla	36	54	19	40

n: 74



n: 74

KUVIO 6. Talouden koon vaikutus vuokrattavaan autoon

3.3 Kuinka usein käytät autovuokraamon palveluja

Vastaajista 53 eli 71 % kertoi käyttävänsä autovuokraamon palveluja yhden tai kaksi kertaa vuodessa (taulukko 4). Vastaajista 15 eli 20 % kertoi käyttävänsä autovuokraamon palveluja kolme tai neljä kertaa vuodessa. Autovuokraamon palveluja yli viisi kertaa vuodessa kertoi käyttävänsä 6 vastaajaa, eli 8 %.

TAULUKKO 4. Kuinka usein käytät autovuokraamon palveluja 1

	<i>Lkm</i>	<i>%</i>
1	21	28
2	32	43
3	7	9
4	8	11
Yli 5 kertaa vuodessa	6	8

n: 74

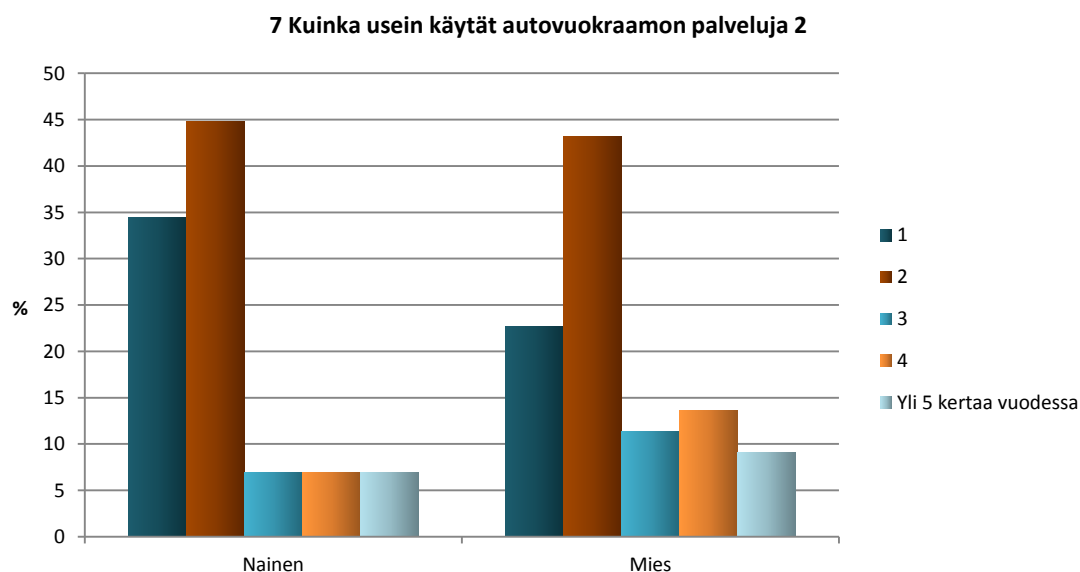
3.3.1 Sukupuolen merkitys

Naisista 79 % kertoi käyttävänsä autovuokraamon palveluja yhden tai kaksi kertaa vuodessa, ja miehistä 66 %. 14 % naisista kertoi käyttävänsä autovuokraamon palveluja kolme tai neljä kertaa vuodessa, miehistä 23 % (taulukko 5). Yli viisi kertaa vuodessa autovuokraamon palveluja kertoi käyttävänsä 7 % naisista ja 9 % miehistä.

TAULUKKO 5. Kuinka usein käytät autovuokraamon palveluja 2

%	<i>Nainen</i>	<i>Mies</i>
1	34	23
2	45	43
3	7	11
4	7	14
Yli 5 kertaa vuodessa	7	9

n: 74



n: 74

KUVIO 7. Kuinka usein käytät autovuokraamon palveluja 2

3.3.2 Talouden koon vaikutus

Yksin asuvista vastaajista 86 % kertoi käyttävänsä autovuokraamon palveluja yhden tai kaksi kertaa vuodessa (taulukko 6). Myös kahden hengen taloudessa asuvilla määrä oli

86 %, ja kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvilla 52 %. Yli viiden hengen taloudessa 60 % kertoi käyttävänsä autovuokraamon palveluja yhden tai kaksi kertaa vuodessa.

Yksin asuvista 7 % kertoi käyttävänsä autovuokraamon palveluja kolme tai neljä kertaa vuodessa. Kahden hengen taloudessa asuvilla määrä oli 11 %, ja kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvilla 34 %. Yli viiden hengen taloudessa asuvista 40 % kertoi käyttävänsä autovuokraamon palveluja kolme tai neljä kertaa vuodessa.

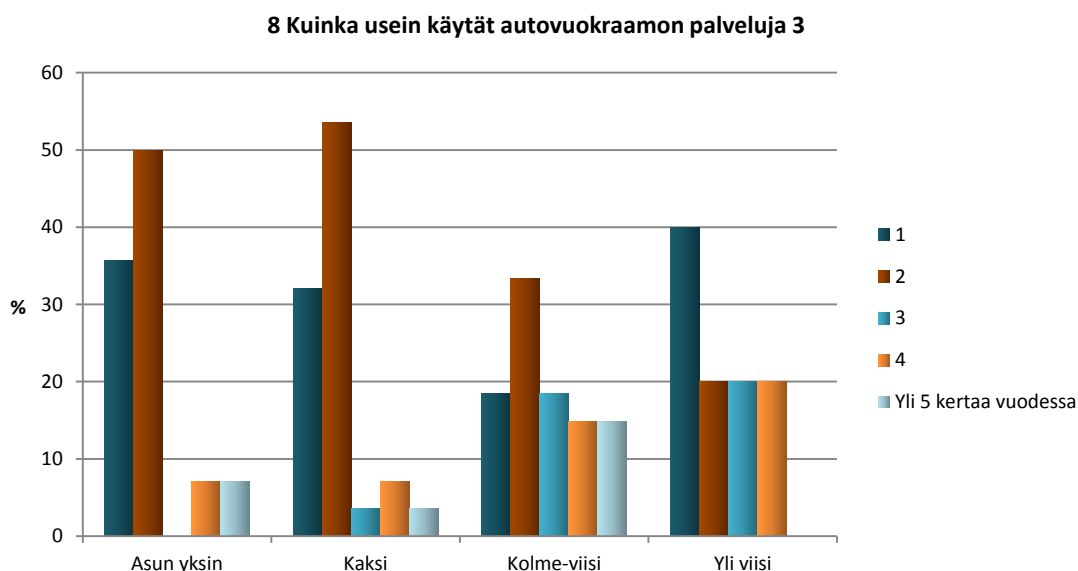
Yksin asuvista 7 % kertoi käyttävänsä autovuokraamon palveluja yli viisi kertaa vuodessa. Kahden hengen taloudessa asuvilla määrä oli 4 %, ja kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvilla 15 %. Kukaan yli viiden hengen taloudessa asuvista vastaajista ei kertonut käyttävänsä autovuokraamon palveluja yli viisi kertaa vuodessa.

Kyselylomakkeen kohtaa ”En koskaan” ei ole otettu tässä huomioon, sillä kaikki vastaajat kertoivat käyttävänsä autovuokraamon palveluja vähintään kerran vuodessa.

TAULUKKO 6. Kuinka usein käytät autovuokraamojen palveluja 3

%	<i>Asun yksin</i>	<i>Kaksi</i>	<i>Kolme-viisi</i>	<i>Yli viisi</i>
1	36	32	19	40
2	50	54	33	20
3	0	4	19	20
4	7	7	15	20
Yli 5 kertaa vuodessa	7	4	15	0

n: 74



n: 74

KUVIO 8. Kuinka usein käytät autovuokraamon palveluja 3

3.3.3 Tulojen vaikutus

Vastaajista, joiden vuositulot olivat alle 25 000 euroa, 93 % käytti autovuokraamon palveluja vain yhden tai kaksi kertaa vuodessa (taulukko 7). 25 000-49 999 euroa vuodessa ansaitsevilla määrä oli 79 %, ja 50 000-79 999 euroa vuodessa ansaitsevilla 65 %. Yli 80 000 euroa vuodessa ansaitsevista ainoastaan 33 % käytti autovuokraamon palveluja vain yhden tai kaksi kertaa vuodessa.

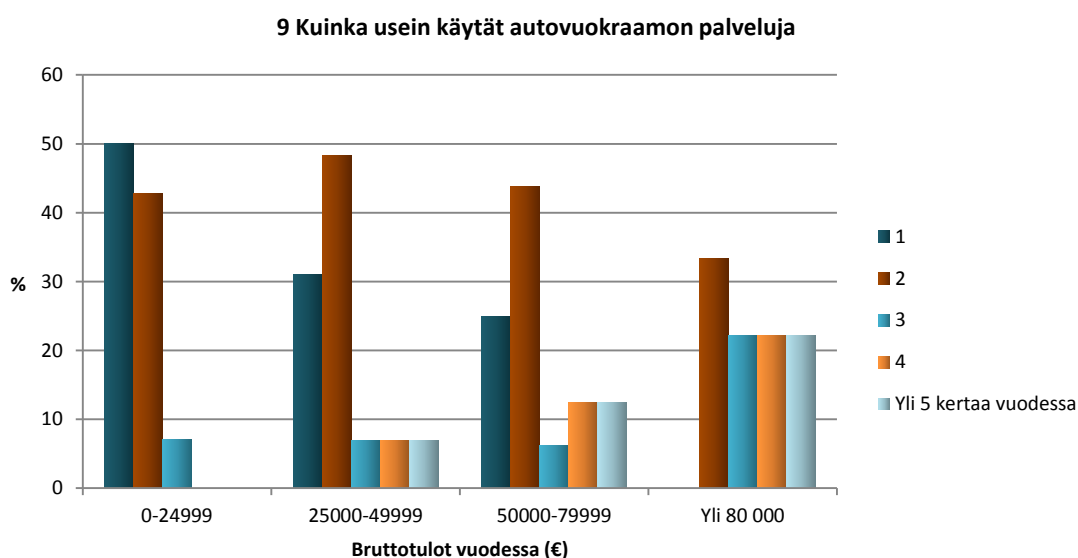
Alle 25 000 euroa vuodessa ansaitsevista ainoastaan 7 % kertoi käyttävänsä autovuokraamon palveluja kolme tai neljä kertaa vuodessa. 25 000-49 999 euroa vuodessa ansaitsevilla määrä oli 14 %, ja 50 000-79 999 euroa vuodessa ansaitsevilla 19 %. Yli 80 000 euroa vuodessa ansaitsevista 44 % kertoi vuokraavansa autoja kolme tai neljä kertaa vuodessa.

Kukaan alle 25 000 euroa vuodessa ansaitsevista vastaajista ei käyttänyt autovuokraamon palveluja yli viisi kertaa vuodessa. 25 000-49 999 euroa vuodessa ansaitsevista 7 % käytti autovuokraamon palveluja yli viisi kertaa vuodessa, ja 50 000-79 999 euroa vuodessa ansaitsevista 13 %. Yli 80 000 euroa vuodessa ansaitsevista 22 % kertoi käyttävänsä autovuokraamon palveluja yli viisi kertaa vuodessa.

TAULUKKO 7. Kuinka usein käytät autovuokraamon palveluja 2

%	0-24999	25000-49999	50000-79999	Yli 80 000
1	50	31	25	0
2	43	48	44	33
3	7	7	6	22
4	0	7	13	22
Yli 5 kertaa vuodessa	0	7	13	22

n: 73



n:73

KUVIO 9. Kuinka usein käytät autovuokraamon palveluja 2

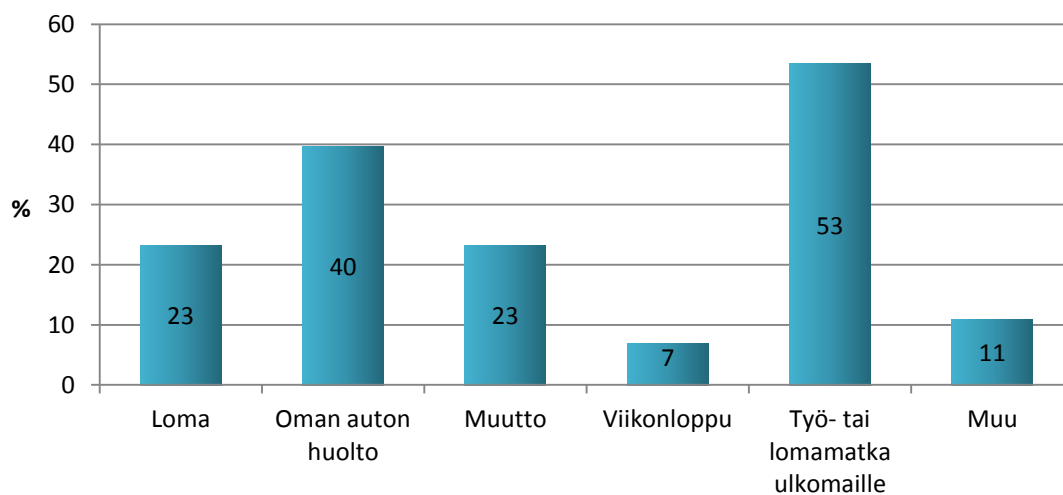
3.4 Tärkeimmät syyt autonvuokraamiseen

Vastaajista enemmistö, 39 eli 53 %, kertoi yhdeksi tärkeimmäksi syyksi autonvuokraukseen työ- tai lomamatkan ulkomaille. Seuraavaksi tärkeimpänä syynä vastaajat pitivät oman auton huoltoa tai korjausta, jonka vastasi 29 henkilöä eli 40 % vastaajista.

Vastaajista 17, eli 23 %, kertoi vuokraavansa autoja muuton ajaksi. Saman verran vastaajia kertoi loman olevan tärkeimpiä syitä autonvuokraukseen. Viikonlopuksi autoja vuokrasi 5, eli 7 %, vastaajista.

Vastaajista 8, eli 11 % rastitti lomakkeesta kohdan ”Muu”. Syiksi vastaajat listasivat seuraavia: ”Työsuhdeauto”, ”Vierailu Lapissa asuvien ystävien luona, viimeksi häät”, ”Asiakkaille”, ”Firman aktiivi liikematkajille” ja ”Työ pakotti”.

10 Tärkeimmät syyt autonvuokraamiseen 1



n: 73

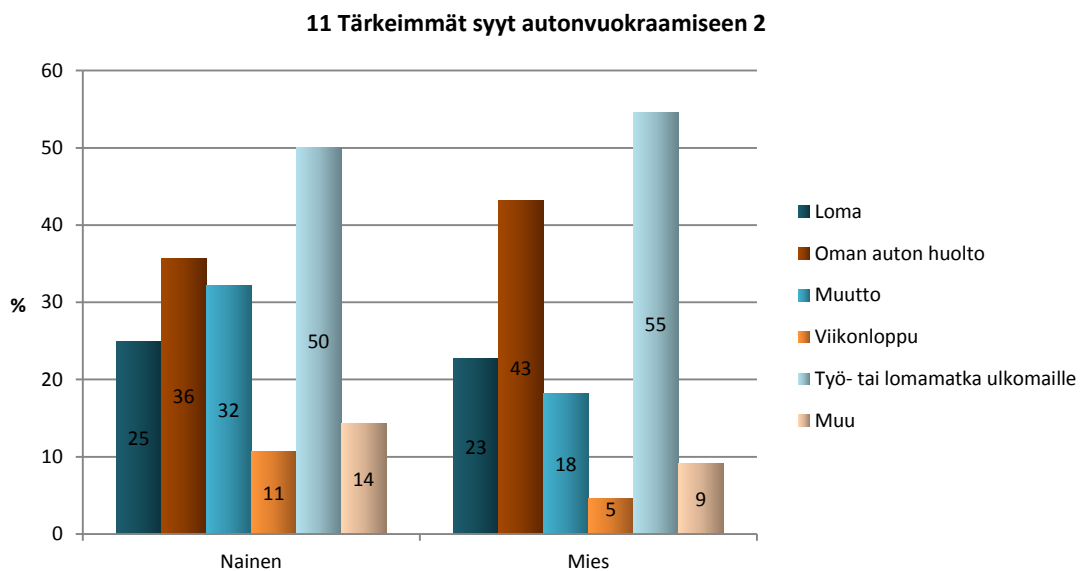
KUVIO 10. Tärkeimmät syyt autonvuokraamiseen 1

3.4.1 Sukupuolen merkitys

Naispuolisista vastaajista neljännes, 25 %, kertoi loman olevan tärkeimpiä syitä autonvuokraukseen, miespuolisista 23 % (kuviot 10 ja 11). Oman auton huolto tai korjaus oli yleisimpiä syitä 36 % naisista ja 43 % miehistä. Muuton yhdeksi tärkeimmistä syistä autonvuokraukseen listasi 32 % naisista ja 18 % miehistä.

Viikonloppu oli tärkeimpiä syitä autonvuokraukseen 11 % naisista ja 5 % miehistä.

50 % naisista ja 55 % miehistä kertoi vuokraavansa autoja työ- tai lomamatkalla ulkomailla. Muun syyn autonvuokraukselle antoi 14 % naisista ja 9 % miehistä.



n. 73

KUVIO 11. Tärkeimmät syyt autonvuokraamiseen 2

TAULUKKO 8. Tärkeimmät syyt autonvuokraamiseen 2

%	<i>Nainen</i>	<i>Mies</i>
Loma	25	23
Oman auton huolto	36	43
Muutto	32	18
Viikonloppu	11	5
Työ- tai lomamatka ulkomaille	50	55
Muu	14	9
Yht.	168	152
N	28	44

3.4.2 Talouden koon vaikutus

Yksin asuvista 14 % kertoi loman olevan tärkeimpiä syitä autonvuokraukseen (taulukko 9). Kahden hengen talouksissa määrä oli 22 % ja kolmesta viiteen hengen talouksissa 30 %. Yli viiden hengen talouksissa asuvista 20 % kertoi loman olevan tärkeimpiä syitä autonvuokraukseen.

29 % yksin asuvista kertoi oman auton huollon tai korjauksen olevan tärkeimpiä syitä autonvuokraukseen. Kahden hengen taloudessa asuvista 26 % kertoi oman auton huollon tai korjauksen olevan tärkeimpiä syitä autonvuokraukseen ja 67 % kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvista. Yli viiden hengen taloudessa asuvista vastaajista yksikään ei kertonut oman auton huollon tai korjauksen olevan tärkeimpiä syitä autonvuokraukseen.

Yksin asuvista 21 % kertoi muuton olevan tärkeimpiä syitä autonvuokraukseen. Kahden hengen taloudessa asuvilla määrä oli 26 % ja kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvilla 22 %. Yli viiden hengen taloudessa asuvista 20 % kertoi muuton olevan tärkeimpiä syitä autonvuokraukseen.

Yksin asuvista 14 % kertoi viikonlopun olevan tärkeimpiä syitä autonvuokraukseen, mutta kahden hengen taloudessa asuvista vain 7 %. Kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvista vastaajista kukaan ei listannut viikonloppua tärkeimpien syiden joukkoon. Yli viiden hengen taloudessa asuvista 20 % kertoi viikonlopun olevan tärkeimpiä syitä autonvuokraukseen.

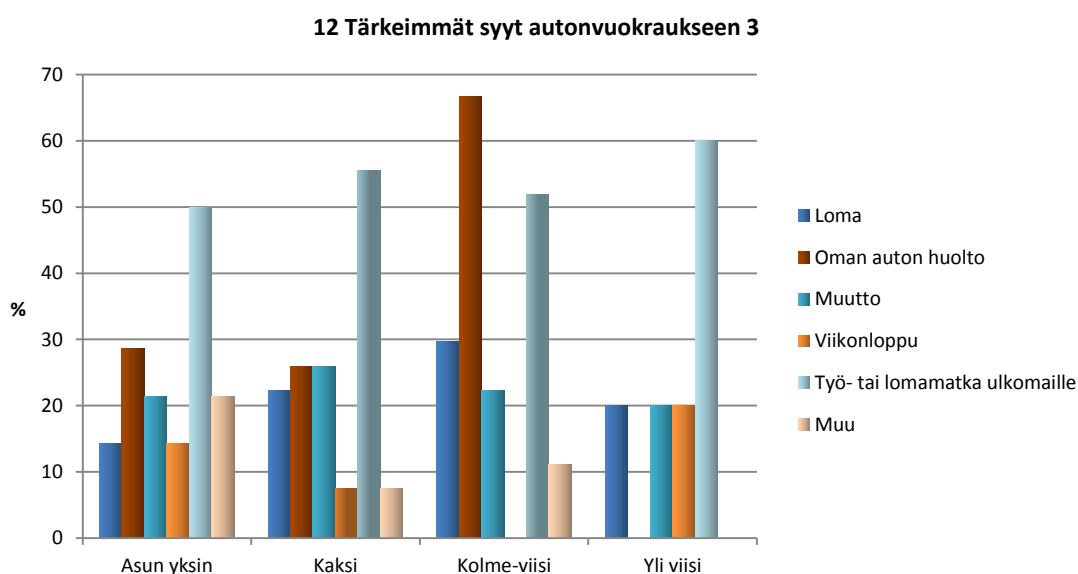
Yksin asuvista vastaajista 50 % kertoi työ- tai lomamatkan ulkomaille olevan tärkeimpiä syitä autonvuokraukselle. Kahden hengen taloudessa asuvilla määrä oli 56 % ja kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvilla 52 %. Huikeat 60 % yli viiden hengen taloudessa asuvista kertoi työ- tai lomamatkan ulkomaille olevan tärkeimpiä syitä autonvuokraukselle.

Muun syyn autonvuokraukselle antoi 21 % yksin asuvista, 7 % kahden hengen taloudessa asuvista ja 11 % kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvista.

TAULUKKO 9. Tärkeimmät syyt autonvuokraukseen 3

%	<i>Asun yksin</i>	<i>Kaksi</i>	<i>Kolme-viisi</i>	<i>Yli viisi</i>
Loma	14	22	30	20
Oman auton huolto	29	26	67	0
Muutto	21	26	22	20
Viikonloppu	14	7	0	20
Työ- tai lomamatka ulkomaille	50	56	52	60
Muu	21	7	11	0

n: 73



n. 73

KUVIO 12. Tärkeimmät syyt autonvuokraukseen 3

3.5 Mikä vaikuttaa autovuokraamon valintaan

Suurimmaksi vaikuttajaksi autovuokraamon valintaan vastaajat listasivat vuokra-auton hinnan, jonka oli valinnut 60 henkilöä eli 86 % vastaajista (taulukko 10). Seuraavana tuli autovuokraamon sijainti, jonka oli rastittanut 43 henkilöä eli 61 % vastaajista. Auton koko puolestaan vaikutti 41 vastaajan eli 59 % valintaan.

Autovuokraamon tavoitettavuuden oli valinnut 31 henkilöä eli 44 % vastaajista, ja palvelun 30 eli 43 % vastaajista. 17 eli 24 % vastaajista koki autovuokraamon tunnettisuuden vaikuttavan valintaansa, kun taas 15 eli 21 % vastaajista listasi kanta-asiakkuuden.

Auton varustelutaso vaikutti 14 vastaajan eli 20 % valintaan, ja auton vuosimalli sekä kaluston tuoreus 13 eli 19 % valintaan.

Vastaajista 11 eli 16 % kertoi autovuokraamon yleisilmeen vaikuttavan vuokraamon valintaan, ja 10 eli 14 % listasi automerkin vaikuttaviin tekijöihin. Vain 4 henkilöä, eli 6 % vastaajista, kertoi ympäristöystävällisten autojen saatavuuden vaikuttavan autovuokraamon valintaan.

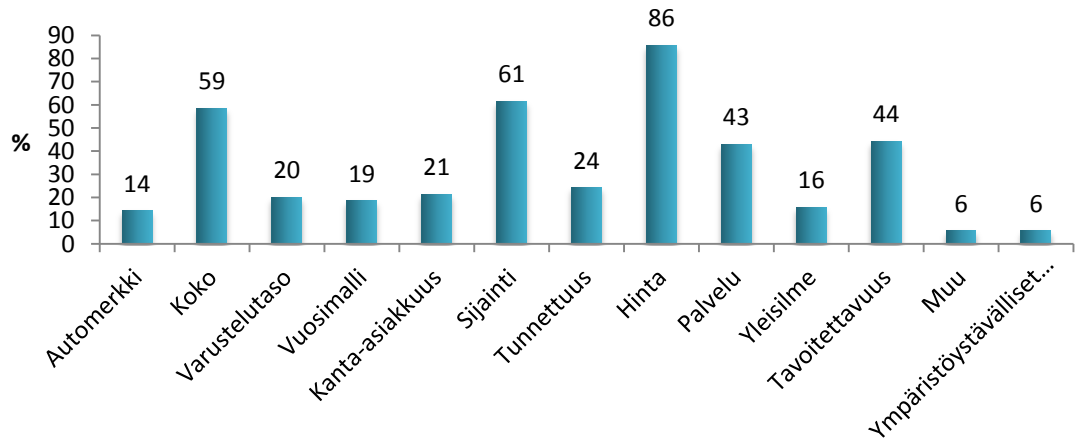
Vastaajista 4 eli 6 % oli rastittanut lomakkeesta kohdan ”Muu”. Tässä vastaajien listamia muita vaikuttavia tekijöitä: ”Luotettavuus”, ”Tunnettu yhteyshenkilö” ja ”Vakuutusyhtiön yhteistyökumppani”.

TAULUKKO 10. Mikä vaikuttaa vuokraamon valintaan

	Lkm	%
Automerkki	10	14
Koko	41	59
Auton varustelutaso	14	20
Auton vuosimalli / kaluston tuoreus	13	19
Kanta-asiakkuus	15	21
Autovuokraamon sijainti	43	61
Autovuokraamon tunnettuus	17	24
vuokra-auton hinta	60	86
Palvelu	30	43
Autovuokraamon yleisilme	11	16
Tavoitettavuus	31	44
Muu	4	6
Ympäristöystävällisten autojen saatavuus	4	6

n: 70

13 Mikä vaikuttaa vuokraamon valintaan



n: 70

KUVIO 13. Mikä vaikuttaa vuokraamon valintaan

3.5.1 Sukupuolen merkitys

Naispuolisista vastaajista 11 % ja miespuolisista 17 % kertoi automerkin vaikuttavan autovuokraamon valintaan (taulukko 11). Auton koko vaikutti 39 % naisista ja 71 % miehistä. 18 % naisista ja 22 % miehistä kertoi auton varustelutason vaikuttavan autovuokraamon valintaan. Auton vuosimalli ja kaluston tuoreus vaikutti 18 % naisista ja 20 % miehistä. Naisista 21 % ja miehistä 22 % kertoi kanta-asiakkuuden vaikuttavan autovuokraamon valintaan.

Autovuokraamon sijainti oli vaikuttavana tekijänä 57 % naisista ja 63 % miehistä. Autovuokraamon tunnettuus vaikutti vuokraamon valintaan 18 % naisista ja 27 % miehistä. Vuokra-auton hinta oli molempien sukupuolten keskuudessa vaikuttavin tekijä; sen valitsi 93 % naisista ja 80 % miehistä. Palvelu vaikutti autovuokraamon valintaan 43 % naisista ja 41 % miehistä.

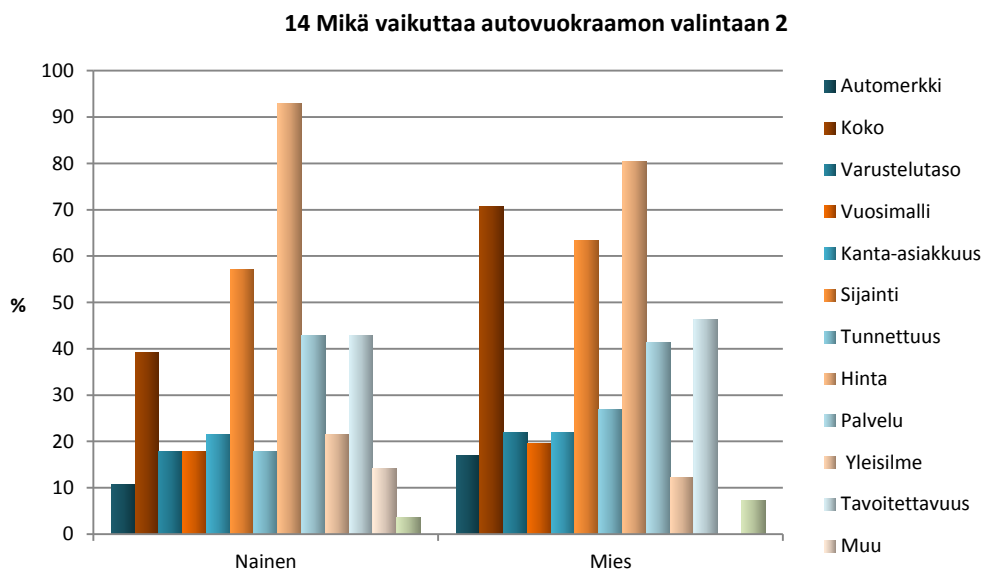
Autovuokraamon yleisilmeen vaikuttavaksi tekijäksi autovuokraamon valinnassa listasi 21 % naisista ja 12 % miehistä. Tavoitettavuus oli vaikuttava tekijä 43 % naisista ja 46 % miehistä. Ympäristöystävällisten autojen saatavuus vaikutti naisista 4 % ja miehistä 7 % valintaan.

Muun syyn autovuokraamon valinnalle antoi 14 % naisista.

TAULUKKO 11. Mikä vaikuttaa autovuokraamon valintaan 2

%	<i>Nainen</i>	<i>Mies</i>
Automerkki	11	17
Koko	39	71
Varustelutaso	18	22
Vuosimalli	18	20
Kanta-asiakkuus	21	22
Sijainti	57	63
Tunnettuus	18	27
Hinta	93	80
Palvelu	43	41
Yleisilme	21	12
Tavoitettavuus	43	46
Muu	14	0
Ympäristöystävälliset autot	4	7

n: 70



n: 70

KUVIO 14. Mikä vaikuttaa autovuokraamon valintaan 2

3.5.2 Talouden koon vaikutus

Yksin asuvista vastaajista 18 % ja kahden hengen taloudessa asuvista 15 % kertoi automerkin vaikuttavan autovuokraamon valintaan (taulukko 12). Kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvilla määrä oli 11 % ja yli viiden hengen taloudessa asuvilla 20 %.

Yksin asuvista 45 % ja kahden hengen taloudessa asuvista 52 % kertoi auton koon vaikuttavan autovuokraamon valintaan. Kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvilla määrä oli 70 % ja yli viiden hengen taloudessa asuvilla 60 %.

Auton varustelutaso vaikutti yksin asuvista 36 % ja kahden hengen taloudessa asuvista 7 % valintaan autovuokraamon suhteen. Kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvilla määrä oli 30 %, mutta yli viiden hengen taloudessa asuvista vastaajista kukaan ei kokenut auton varustelutason vaikuttavan autovuokraamon valintaan.

Auton vuosimalli ja kaluston tuoreus vaikutti yksin asuvista 36 % valintaan ja yli viiden hengen taloudessa asuvista 20 %. Sekä kahden hengen taloudessa että kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvista 15 % kertoi auton vuosimallin ja kaluston tuoreuden vaikuttavan autovuokraamon valintaan.

Yksin asuvilla vastaajilla kanta-asiakkuus vaikutti vain 9 % autovuokraamovalintaan, kun taas kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvilla määrä oli 37 %. Kahden hengen taloudessa asuvista 15 % koki kanta-asiakkuuden vaikuttavan autovuokraamon valintaan, mutta yli viiden hengen taloudessa asuvista kukaan ei kokenut sitä vaikuttavana tekijänä.

Autovuokraamon sijainti vaikutti yksin asuvista 73 % autovuokraamovalintaan, ja kahden hengen taloudessa asuvista 70 %. Kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvista vain 44 % koki autovuokraamon sijainnin vaikuttavan valintaansa, kun taas yli viiden hengen taloudessa huikeat 80 % koki sen vaikuttavana tekijänä.

Autovuokraamon tunnettuus vaikutti yksin asuvilla 36 % valintaan, ja kahden hengen taloudessa asuvilla 19 %. Kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvista sen listasi vaikuttavaksi tekijäksi 22 %, ja yli viiden hengen taloudessa asuvista 40 %.

Vuokra-auton hinta vaikutti yksin asuvilla 73 % valintaan, ja kahden hengen taloudessa asuvilla 96 % valintaan. Kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvilla määrä oli 81 %, ja yli viiden hengen taloudessa asuvilla 80 %.

82 % yksin asuvista ja 60 % yli viiden hengen taloudessa asuvista kertoi palvelun vaikuttavan autovuokraamon valintaan. Sekä kahden että kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvista 33 % kertoi palvelun olevan vaikuttava tekijä autovuokraamon valinnassa.

Autovuokraamon yleisilme vaikutti yksin asuvista 18 % ja kahden hengen taloudessa asuvista 15 % valintaan. Kolmesta viiteen hengen taloudessa 19 % koki sen vaikuttavan autovuokraamon valintaan, mutta yli viiden hengen taloudessa asuvista ei kukaan.

Yksin asuvista vastaajista hieman yli puolet, 55 %, kertoi tavoitettavuuden vaikuttavan autovuokraamon valintaan. Kahden hengen taloudessa asuvilla määrä oli 41 % ja kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvilla 48 %. Yli viiden hengen taloudessa asuvista vain 20 % kertoi tavoitettavuuden vaikuttavan autovuokraamon valintaan.

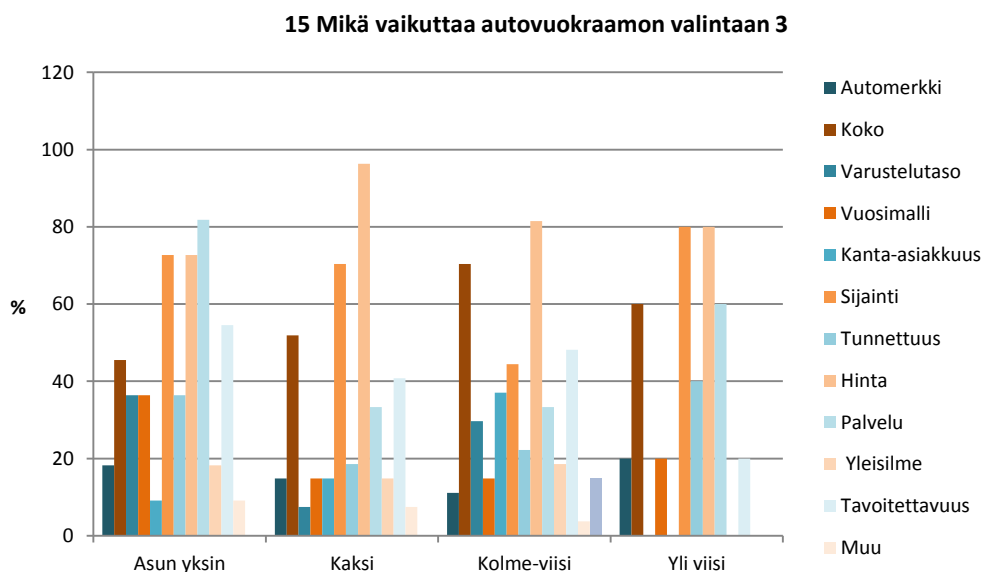
15 % kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvista kertoi ympäristöystävällisten autojen saatavuuden vaikuttavan autovuokraamon valintaan. Muun syyn antoi 9 % yksin asuvis-

ta, 7 % kahden hengen taloudessa asuvista ja 4 % kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvista.

TAULUKKO 12. Mikä vaikuttaa autovuokraamon valintaan 3

%	<i>Asun yksin</i>	<i>Kaksi</i>	<i>Kolme-viisi</i>	<i>Yli viisi</i>
Automerkki	18	15	11	20
Koko	45	52	70	60
Varustelutaso	36	7	30	0
Vuosimalli	36	15	15	20
Kanta-asiakkuus	9	15	37	0
Sijainti	73	70	44	80
Tunnettuus	36	19	22	40
Hinta	73	96	81	80
Palvelu	82	33	33	60
Yleisilme	18	15	19	0
Tavoitettavuus	55	41	48	20
Muu	9	7	4	0
Ympäristöystävälliset autot	0	0	15	0
Yht.	491	385	430	380
N	11	27	27	5

n: 70



n: 70

KUVIO 15. Mikä vaikuttaa autovuokraamon valintaan 3

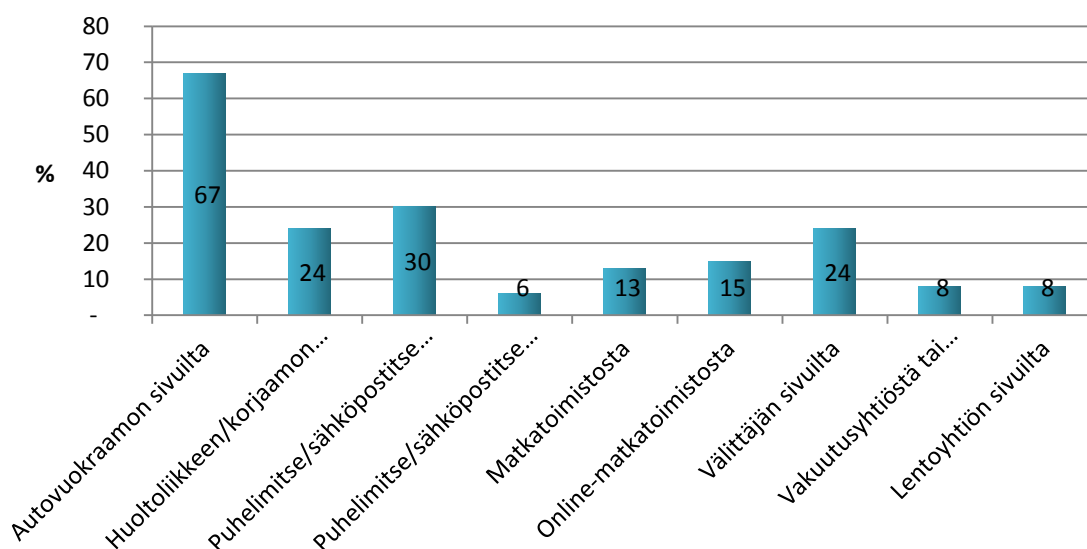
3.6 Mitä kautta vastaajat useimmiten varaavat vuokra-auton

Enemmistö vastaajista, 67 %, varasi vuokra-auton useimmiten autovuokraamon omilta Internet-sivuilta (kuvio 16). Huoltoliikkeen tai autokorjaamon Internet-sivuilta vuokra-auton useimmiten varasi 24 % vastaajista. 30 % vastaajista varasi vuokra-auton useimmiten puhelimitse tai sähköpostitse suoraan autovuokraamosta, 6 % huoltoliikkeestä tai autokorjaamosta.

Vastaajista 24 % varasi vuokra-auton useimmiten välittäjän tai hintavertailusivuston kautta (esimerkiksi Autoeurope, Vertaa.fi ja Cartrawler). 13 % vastaajista varasi vuokra-auton useimmiten matkatoimistosta ja 15 % online-matkatoimistosta. Sekä lentoyhtiön sivuilta vuokra-auton useimmiten varasi 8 % vastaajista, kuten myös vakuutusyhtiön tai tiepalvelun kautta.

Kukaan vastaajista ei kertonut varaavansa vuokra-autoa useimmiten autovuokraamon mobiilisovelluksella.

16 Mitä kautta varaat vuokra-auton 1



n: 68

KUVIO 16. Mitä kautta varaat vuokra-auton 1

3.6.1 Mitä kautta erilaiset vuokra-autot varataan?

Sijaisauton vuokraajista enemmistö, 70 %, kertoi varaavansa vuokra-auton useimmiten autovuokraamon omilta Internet-sivuilta, ja 40 % huoltoliikkeen tai autokorjaamon Internet-sivuilta (taulukko 13). 30 % sijaisauton vuokraajista varasi auton useimmiten puhelimitse tai sähköpostitse suoraan autovuokraamosta, ja 13 % puhelimitse tai sähköpostitse huoltoliikkeestä tai autokorjaamosta. Sekä online- että perinteisestä matkatoimistosta tai lentoyhtiön sivuilta vuokra-auton varasi kustakin 10 % sijaisauton vuokraajista. 30 % sijaisauton vuokraajista kertoi varaavansa vuokra-auton useimmiten välittäjän tai hintavertailusivuston kautta. Sijaisauton vuokraajista 13 % kertoi varaavansa vuokra-auton useimmiten vakuutusyhtiön tai tiepalvelun kautta.

Pakettiauton vuokraavista vastaajista enemmistö, 80 %, kertoi varaavansa vuokra-auton useimmiten autovuokraamon omilta Internet-sivuilta ja 31 % huoltoliikkeen tai autokorjaamon Internet-sivuilta. Puhelimitse tai sähköpostitse suoraan autovuokraamosta vuokra-auton kertoi varaavansa 31 % pakettiauton vuokraajista ja matkatoimistosta 19 %. Online-matkatoimistosta, välittäjän tai hintavertailusivuston kautta ja vakuutusyhtiöstä tai tiepalvelusta kustakin vuokra-auton useimmiten varasi 6 % pakettiauton vuokraajista.

Tila-auton tai minibussin vuokraajista enemmistö, 60 %, varasi vuokra-auton useimmiten autovuokraamon omilta Internet-sivuilta ja 20 % huoltoliikkeen tai autokorjaamon sivuilta. Puhelimitse tai sähköpostitse suoraan autovuokraamosta vuokra-auton varasi 60 % tila-auton tai minibussin vuokraajista. Matkatoimistosta useimmiten vuokra-auton varaavansa kertoi 40 % tila-auton tai minibussin vuokraajista.

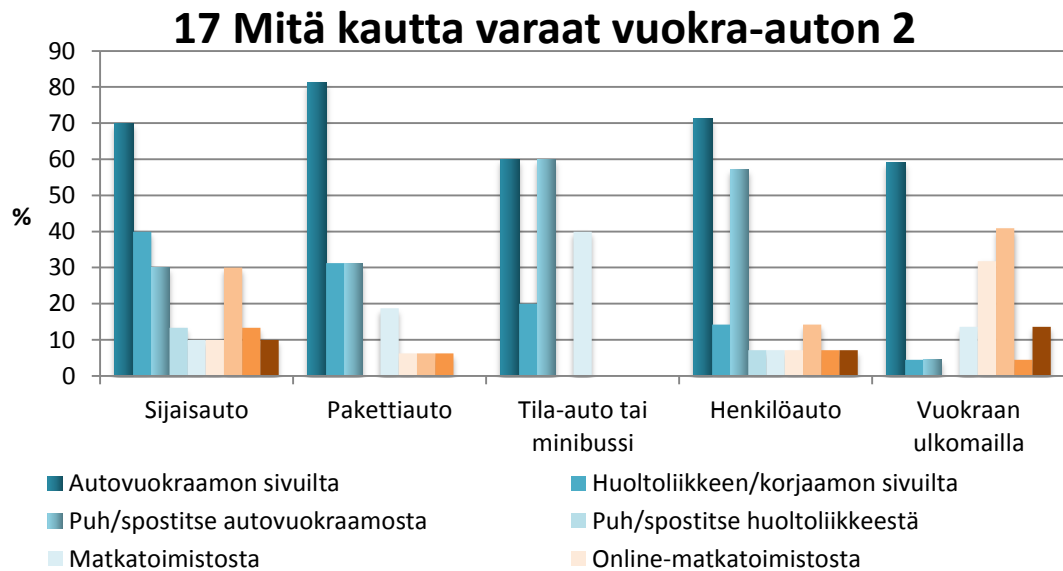
Enemmistö, 71 %, henkilöauton vuokraajista kertoi varaavansa vuokra-auton useimmiten autovuokraamon omilta Internet-sivuilta ja 14 % huoltoliikkeen tai autokorjaamon Internet-sivuilta. Henkilöauton vuokraajista enemmistö, 57 %, kertoi varaavansa vuokra-auton useimmiten puhelimitse tai sähköpostitse suoraan autovuokraamosta ja 7 % puhelimitse tai sähköpostitse huoltoliikkeestä tai autokorjaamosta. Sekä matkatoimistosta että online-matkatoimistosta vuokra-auton useimmiten varasi kummastakin 7 % henkilöauton vuokraajista. 14 % henkilöauton vuokraajista varasi vuokra-auton yleensä välittäjän tai hintavertailusivuston kautta, ja vakuutusyhtiön tai tiepalvelun kautta kummastakin 7 %.

Ulkomailla vuokraavista vastaajista enemmistö, 59 %, kertoi varaavansa vuokra-auton yleensä autovuokraamon omilta Internet-sivuilta ja 5 % puhelimitse tai sähköpostitse suoraan autovuokraamosta. 14 % ulkomailla vuokraavista vastanneista varasi vuokra-auton useimmiten matkatoimistosta, ja 32 % online-matkatoimistosta. Ulkomailla vuokraajista 41 % varasi vuokra-auton yleensä välittäjän tai hintavertailusivuston kautta ja 14 % lentoyhtiön sivuilta.

TAULUKKO 13. Mitä kautta varaat vuokra-auton 2

%	<i>Sijai- jai- sauto</i>	<i>Paket- tiauto</i>	<i>Tila-auto tai minibussi</i>	<i>Henki- löauto</i>	<i>Vuokraan ulkomailla</i>
Autovuokraamon sivuilta	70	81	60	71	59
Autovuokraamon mobiili-sovelluksella	0	0	0	0	0
Huoltoliikkeen/ korjaamon sivuilta	40	31	20	14	5
Puhelimitse/sähköpostitse autovuokraamosta	30	31	60	57	5
Puhelimitse/sähköpostitse huoltoliikkeestä	13	0	0	7	0
Matkatoimistosta	10	19	40	7	14
Online-matkatoimistosta	10	6	0	7	32
Välittäjän sivuilta	30	6	0	14	41
Vakuutusyhtiöstä tai tiepalvelusta	13	6	0	7	5
Lentoyhtiön sivulta	10	0	0	7	14

n: 68

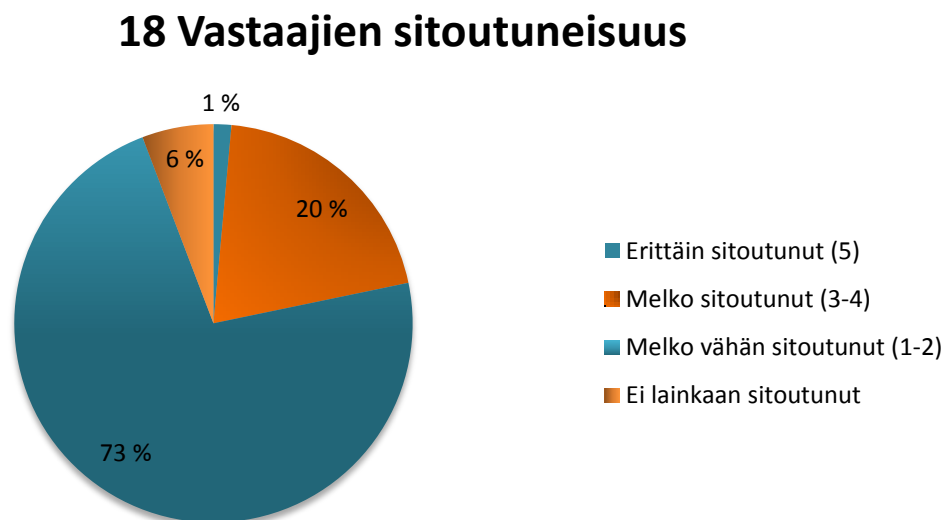


n:68

KUVIO 17. Mitä kautta varaat vuokra-auton 2

3.7 Kuinka sitoutuneita vastaajat ovat käyttämäänsä autovuokraamoon

Vastaajista yksi kertoi olevansa erittäin sitoutunut käyttämäänsä autovuokraamoon, kun taas 4 eli 6 % koki, ettei ole lainkaan sitoutunut (kuvio 18). Suurin osa vastaajista, 50 eli noin 73 % valitsi kohdan 1 tai 2 asteikolla 0-5. Vastaajista 14 eli noin 20 % valitsi kohdan 3 tai 4.



n: 69

KUVIO 10. Vastaajien sitoutuneisuus

3.7.1 Vastaajien sitoutuneisuus eri autotyyppeihin kohdalla

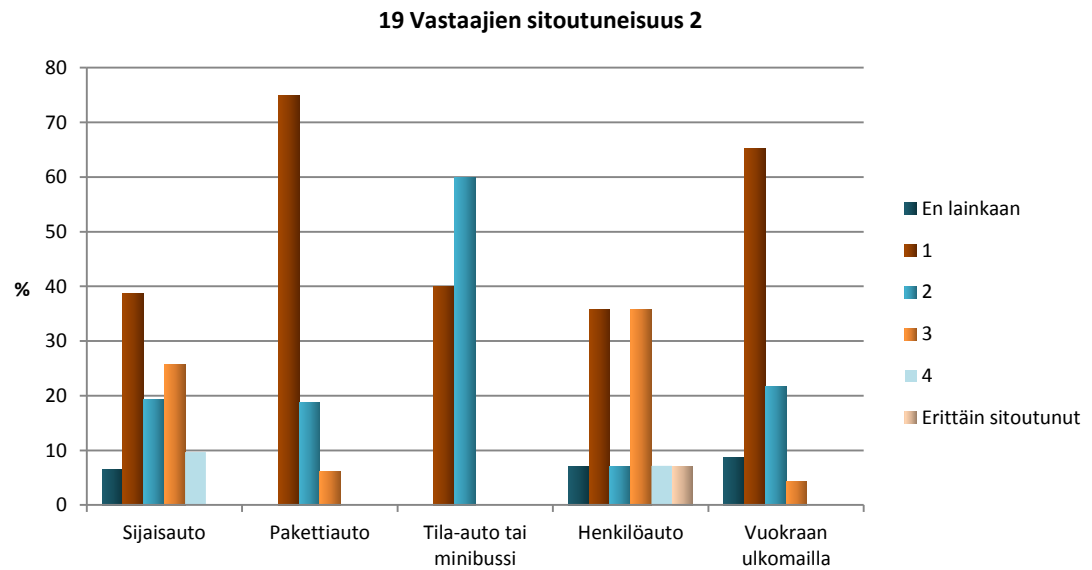
Sijaisauton vuokraajista 6 % ei ollut lainkaan sitoutunut käyttämäänsä autovuokraamoon (taulukko 14). Henkilöauton vuokraajissa määrä oli 7 %, ja ulkomailla vuokraavista 9 %. Sitoutuneisuutensa numeron 1 tai 2 kohdalle asteikolla 0-5 merkitsi 58 % sijaisauton vuokraajista ja 94 % pakettiauton vuokraajista. Henkilöauton vuokraajista 43 % kuului tähän luokkaan ja ulkomailla vuokraavista 87 %. Tila-auton tai minibussin vuokraajista kaikki sijoittivat itsensä tähän luokkaan, mutta koska kyseisen vaihtoehdon vastanneita oli vain viisi, ei tulos ole kovin luotettava.

Sijaisauton vuokraajista 36 % valitsi joko numeron kolme tai neljä asteikolla 0-5 kuvaamaan sitoutuneisuuttaan käyttämäänsä autovuokraamoon. Pakettiauton vuokraajissa määrä oli 6 % ja henkilöauton vuokraajissa 43 %. Ulkomailla vuokraavista vain 4 % kuului tähän luokkaan. Erittäin sitoutunut käyttämäänsä autovuokraamon kertoi ainoana luokkana olevansa 7 % henkilöauton vuokraajista.

TAULUKKO 14. Vastaajien sitoutuneisuus 2

%	<i>Sijaisauto</i>	<i>Pakettiauto</i>	<i>Tila-auto tai minibussi</i>	<i>Henkilöauto</i>	<i>Vuokraan ulkomailla</i>
En lainkaan	6	0	0	7	9
1	39	75	40	36	65
2	19	19	60	7	22
3	26	6	0	36	4
4	10	0	0	7	0
Erittäin sitoutunut	0	0	0	7	0

n: 69



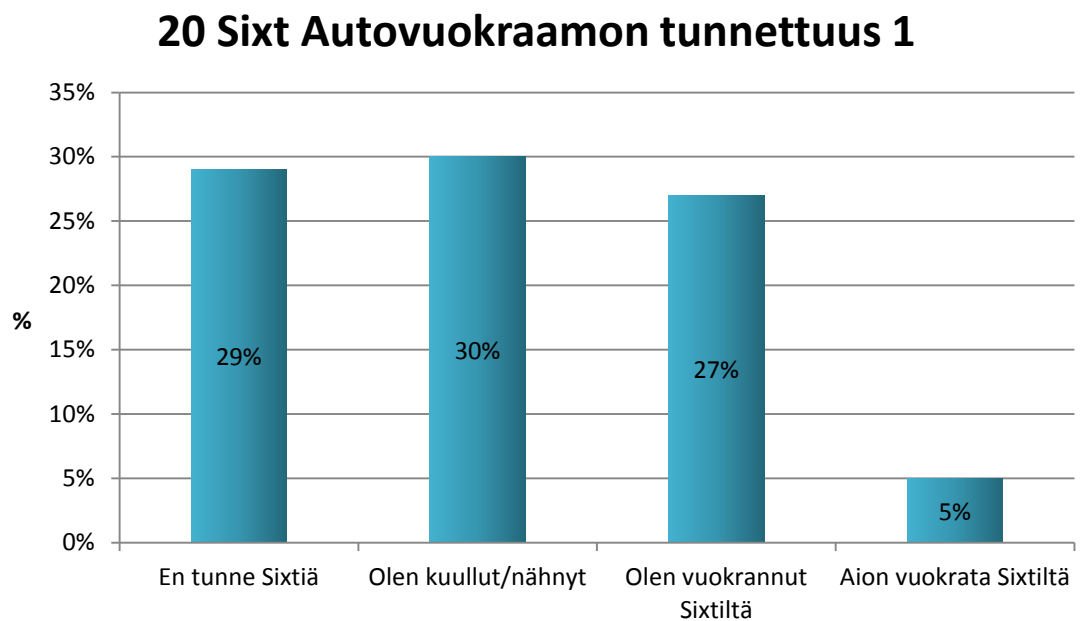
n: 69

KUVIO 19. Vastaajien sitoutuneisuus 2

4 SIXT AUTOVUOKRAAMON TUNNETTUUS

4.1 Sixt Autovuokraamon tunnettuus vastaajien keskuudessa

Vastaajista 29 % ei tuntenut Sixt Autovuokraamoja entuudestaan (kuvio 20). 30 % vastaajista oli kuullut tai nähnyt Sixtin toimintaa ja 27 % oli vuokrannut Sixtiltä aikaisemmin. 5 % vastaajista kertoi aikovansa vuokrata Sixtiltä.



n: 73

KUVIO 20. Sixt Autovuokraamon tunnettuus 1

4.1.1 Sixt Autovuokraamon tunnettuus erilaisten autojen vuokraajien keskuudessa

Sijausauton vuokraajista 23 % ei tuntenut Sixt Autovuokraamoja entuudestaan (taulukko 15). Myös 23 % heistä oli kuullut yrityksestä tai nähnyt sen tuotteita tai viestintää. 47 % sijausauton vuokraajista on aikaisemmin vuokrannut auton Sixtiltä, ja 10 % aikoo vuokrata yritykseltä tulevaisuudessa.

Pakettiauton vuokraajista enemmistö, 56 %, ei ollut aikaisemmin kuullut Sixt Autovuokraamosta. 31 % heistä oli kuullut yrityksestä, mutta vain 13 % oli aikaisemmin vuokrannut auton Sixtiltä.

Tila-auton tai minibussin vuokraajista 80 % ei tuntenut Sixt Autovuokraamoja entuudestaan. Loput 20 % oli sen sijaan kuullut yrityksestä tai nähnyt sen tuotteita tai viestintää. Tila-auton tai minibussin vuokraajia oli kuitenkin vain 5 henkilöä kyselyyn vastanneiden joukossa, joten tämä tulos ei ole kovin luotettava.

Ulkomailla vuokraavista vastaajista 48 % ei tuntenut Sixt Autovuokraamoja entuudestaan. 37 % heistä oli kuullut yrityksestä, mutta vain 15 % oli aikaisemmin vuokrannut auton Sixtiltä. 4 % ulkomailla auton vuokraavista vastaajista aikoo tulevaisuudessa vuokrata Sixtiltä.

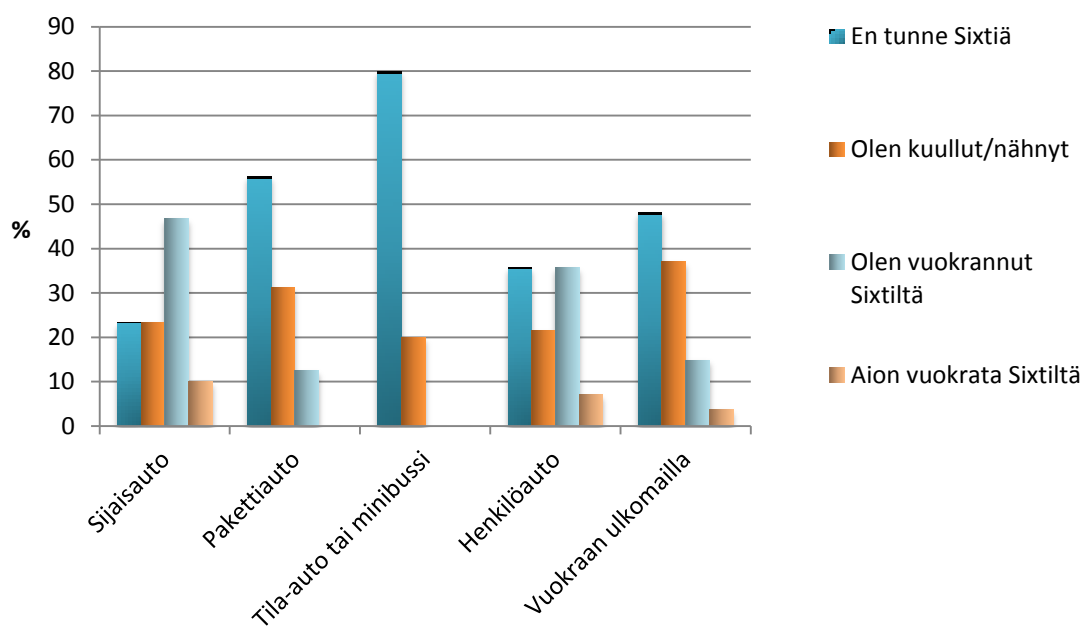
Kyselylomakkeen kohtia ”Matkailuauto” ja ”Muu” ei ole otettu huomioon tässä yhteydessä, sillä molempia vastauksia oli vain yksi kappale.

TAULUKKO 15. Sixt Autovuokraamon tunnettuus 2

%	Sijai- jai- sauto	Paketti- auto	Tila-auto tai minibussi	Henkilö- auto	Vuokraan ul- komailla
En tunne Sixtiä	23	56	80	36	48
Olen kuul- lut/nähty	23	31	20	21	37
Olen vuokrannut Sixtiltä	47	13	0	36	15
Aion vuokrata Sixtiltä	10	0	0	7	4

n: 73

21 Sixt Autovuokraamon tunnettuus 2



n: 73

KUVIO 21. Sixt Autovuokraamon tunnettuus 2

4.2 Miten vastaajat kokivat Sixt Autovuokraamon

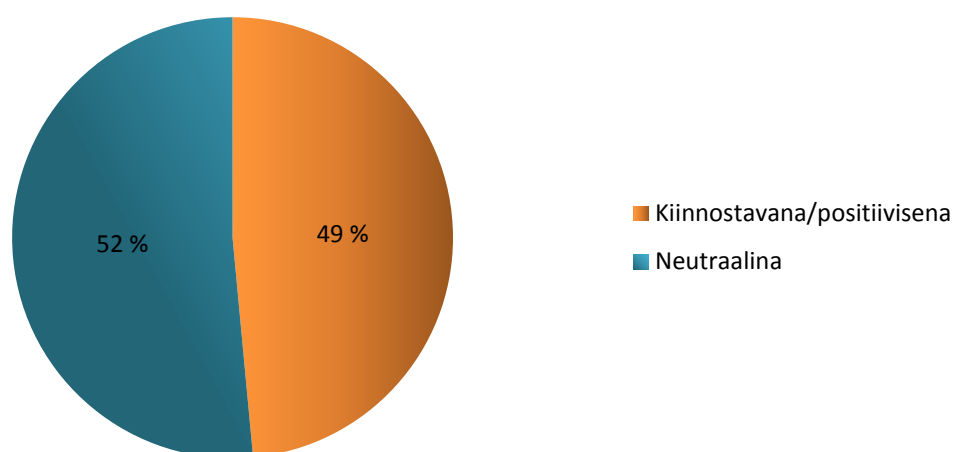
Kokonaisuudessaan 49 % vastaajista piti Sixt Autovuokraamo kiinnostavana tai positiivisena, ja 52 % neutraalina (kuvio 22). Yksi vastaaja oli valinnut sekä kohdan ”Kiinnostavana/positiivisena” että kohdan ”Neutraalina”. Yksikään vastaajista ei kokenut Sixt Autovuokraamo negatiivisena tai ei lainkaan kiinnostavana.

Vastaaja pystyi halutessaan perustelemaan valintaansa. Tässä vastaajien mainitsemia perusteluja:

Kiinnostava/positiivinen: ”Hyvä vuokrauskokemus”, ”Luotettava, hyvät autot”, ”Edullinen, nopea”, ”Iloinen ilme, tuore kalusto”, ”Palvelu pelaa”, ”Saatiin heti kun oli kiire”, ”Hyvät automerkit (mm. MB), kohtuuhintaiset autot”, ”Kaikki toimijat kiinnostavat”, ”Raikas ulkonäkö, miellyttävä henkilökunta”, ”Pirteät ja ystävälliset työntekijät”, ”Nuorekas, raikas”, ”Raikas yleisilme”, ”Aurinkoinen yleisilme”, ”En osaa sanoa. Yleisilme positiivinen”, ”Kaveri vuokrannut joskus” ja ”Kaikki on toiminut hyvin, hyviä tarjouksia”.

Neutraali: ”En ole kuullut siitä”, ”Ei mielikuvaa liikkeestä”, ”Sulautuu massaan”, ”Vertailun vuoksi”, ”Olen kokenut hintanne/tarjouksenne kalliiksi, siksi en ole vuokrannut”, ”En tunne entuudeltaan”, ”Vaikuttaa ihan luotettavalta, mutta en tunne entuudestaan”, ”Ei käsitystä millainen yritys kyseessä → ei mielikuvaa”, ”Koska en ole tutustunut yritykseen”, ”Sixt Autovuokraamo ei ole mielestäni yhtä tunnettu kuin Avis tai Hertz”, ”En tunne vuokraamo, ei ole mitään enakkomielipidettä” ja ”Tunnettu, ei kokemusta”.

22 Miten koet Sixt Autovuokraamon



n: 74

KUVIO 22. Miten koet Sixt Autovuokraamon

4.2.1 Miten vastaajat kokivat Sixt Autovuokraamon asiakkuuden eri vaiheissa

34 % niistä kyselyyn vastanneista, jotka eivät tuntenut Sixt Autovuokraamoa entuudestaan, piti yritystä kiinnostavana tai positiivisena ja 66 % neutraalina (taulukko 15). Niistä kyselyyn vastanneista, jotka olivat kuulleet yrityksestä tai nähneet sen mainontaa, 45 % piti sitä kiinnostavana tai positiivisena ja 59 % neutraalina.

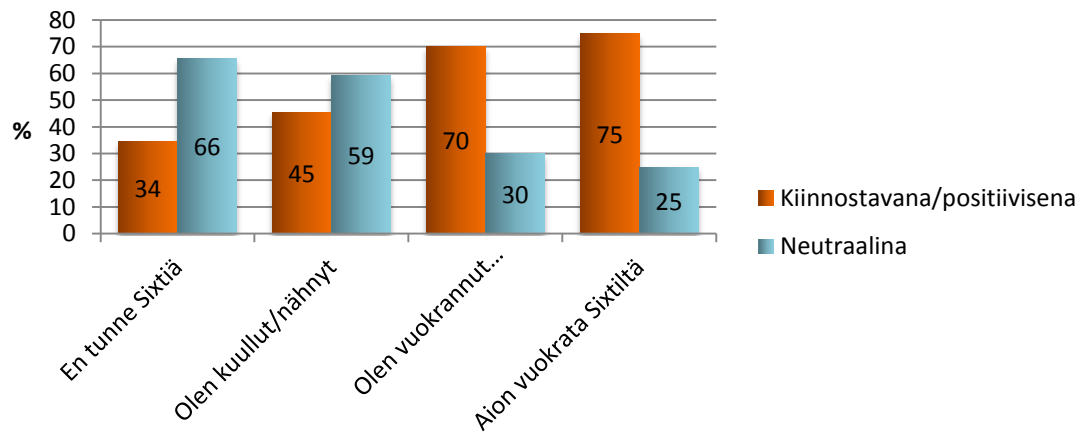
Sixtillä aikaisemmin vuokranneista vastaajista 70 % piti yritystä kiinnostavana tai positiivisena ja 30 % neutraalina. Niistä kyselyyn vastanneista, jotka aikovat vuokrata auton Sixtiltä, 75 % piti yritystä kiinnostavana ja 25 % neutraalina.

TAULUKKO 7. Miten Sixt koettiin asiakkuuden eri vaiheissa

%	<i>En tunne Sixtiä</i>	<i>Olen kuul- lut/nähtyt</i>	<i>Olen vuokrannut Sixtiltä</i>	<i>Aion vuokrata Sixtiltä</i>
Kiinnostavana/ positiivisena	34	45	70	75
Neutraalina	66	59	30	25
Negatiivisena	0	0	0	0
Ei lainkaan kiin- nostavana	0	0	0	0

n: 74

23 Miten Sixt koettiin asiakkuuden eri vaiheissa



n. 74

KUVIO 23. Miten Sixt koettiin asiakkuuden eri vaiheissa

5 JOHTOPÄÄTÖKSET

5.1 Ketkä vuokraavat autoja

Enemmistö vastaajista, 71 %, kertoi vuokraavansa autoja vain yhden tai kaksi kertaa vuodessa. Naiset käyttivät autovuokraamon palveluja hieman harvemmin kuin miehet; naisista 79 % kertoi vuokraavansa yhden tai kaksi kertaa vuodessa ja 14 % kolme tai neljä kertaa vuodessa, miehillä määrät olivat 66 % ja 25 %.

Yhden ja kahden hengen taloudessa asuvat vuokrasivat autoja hieman harvemmin kuin kolmesta viiteen ja yli viiden hengen talouksissa asuvat. Yksin ja kahden hengen taloudessa asuvista 86 % käytti autovuokraamon palveluja vain yhden tai kaksi kertaa vuodessa, kun taas kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvilla määrä oli 42 %, ja yli viiden hengen taloudessa asuvilla 60 %. Yksin asuvista 7 % ja kahden hengen taloudessa asuvista 11 % käytti autovuokraamon palveluja kolme tai neljä kertaa vuodessa. Kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvilla määrä oli 24 %, ja yli viiden hengen taloudessa asuvilla 40 %. Yli viisi kertaa vuodessa autovuokraamon palveluja käytti useimmiten kolmesta viiteen hengen taloudessa asuva, 15 % luokasta.

Vastaajien vuositulot vaikuttivat siihen, kuinka usein he käyttivät autovuokraamon palveluja. Kolme tai enemmän kertoja vuodessa autoja vuokrasi vain 7 % alle 25 000 euroa vuodessa ansaitsevista. 25 000-49 999 euroa vuodessa ansaitsevilla määrä oli 21 %, ja 50 000-79 999 euroa vuodessa ansaitsevilla 32 %. Yli 80 000 euroa vuodessa ansaitsevista 66 % käytti autovuokraamon palveluja kolme tai enemmän kertoja vuodessa.

5.2 Tärkeimmät syyt autonvuokraamiseen

Tärkein syy autonvuokraamiseen oli työ- tai lomamatka ulkomaille, eikä tässä ollut merkittävää eroa sukupuolten tai erikokoisten talouksien välillä. Toiseksi tärkein syy oli oman auton huolto tai korjaus. Tämän valitsivat hieman useammin naiset kuin miehet, ja kolmesta viiteen hengen taloudessa asuvat.

Sukupuolten välillä suurimmat erot ilmeni viikonlopuksi auton vuokraamisessa sekä muuton takia vuokraamisessa. Talouden koko ei oman auton huollon tai korjauksen ajaksi vuokraamista lukuun ottamatta suuresti vaikuttanut siihen, mitä vastaajat ilmoittivat tärkeimmiksi syiksi autonvuokraamiselle.

5.3 Millaisia autoja vuokrataan

Tutkimustulosten perusteella vastaajat vuokrasivat kotimaassa eniten sijaisautoja, ja yleisin syy auton vuokraamiseen kotimaassa oli oman auton huolto tai korjaus. Seuraavaksi eniten vuokrattiin pakettiautoja ja kolmanneksi eniten henkilöautoja. Tila-autoja tai minibusseja vuokrattiin jonkin verran, ja matkailuautoja kertoi vuokraavansa ainoastaan yksi vastaaja.

Sixt Autovuokraamon tuotteisiin ja kalustoon kuuluu henkilöautoja, pakettiautoja sekä tila-autoja ja minibusseja. Kaluston pääpaino on erilaisilla henkilöautoilla aina pienistä kaksipaikkaisista isoihin farmariautoihin. Pakettiautoja sekä tila-autoja ja minibusseja on huomattavasti vähemmän, mutta ennakkovarauksella saatavissa. Sixt Autovuokraamon kalustoon ei kuulu matkailuautoja.

Sixtin tarjoamat tuotteet vastaavat tutkimustulosten perusteella asiakkaiden luomaa kysyntää. Tutkimuksen perusteella yrityksen ei ole tarvetta lisätä tai poistaa tarjoamiaan tuotteita ja palveluja.

5.4 Mitä kautta vuokra-autot varataan

Suurin osa vastaajista varasi vuokra-auton yleensä suoraan autovuokraamosta, joko puhelimitse, sähköpostitse tai autovuokraamon Internet-sivuilta. Erityyppisten vuokra-autojen välillä ei tässä ollut merkittäviä eroja. Huoltoliikkeen tai autokorjaamon kautta varaaminen oli yleisintä sijaisauton ja pakettiauton vuokraajissa. Ulkomailla vuokraavat varasivat vuokra-auton autovuokraamon omien Internet-sivujen lisäksi usein myös välittäjä- tai hintavertailusivuston kautta.

Sixt Autovuokraamolla on laajat suomenkieliset Internet-sivut, joiden kautta pystyy tekemään varauksen niin kotimaahan kuin ulkomaillekin. Sivuston kielen saa myös vaihdettua. Sivustolta löytyy tarkat yhteystiedot jokaiseen toimipisteeseen, joten asiakkaan on helppo tiedustella esimerkiksi erikoisautoja suoraan toimipisteestä. Myös lisäpalvelujen ja esimerkiksi omavastuunpienennysten varaaminen onnistuu suoraan sivustolta.

Sixt Autovuokraamo tekee laajaa yhteistyötä erilaisten alan toimijoiden, kuten autoliikkeiden ja Autoliiton, kanssa. Tutkimustulosten perusteella merkittävä osa varauksista tulee juuri tällaisten toimijoiden kautta, joten yhteistyö on tärkeää myös jatkossa.

Neljäsosa vastaajista, enemmistö ulkomailla vuokraavia, kertoi varaavansa vuokra-auton välittäjän tai hintavertailusivuston kautta, ja hieman pienempi osa matkatoimistosta, online-matkatoimistosta tai lentoyhtiön sivuilta. Sixt Autovuokraamo on näkyvillä myös näissä varauskanavissa, ja merkittävä osa ulkomailta Suomeen saapuvista asiakkaista varaakin autonsa näiden kautta. Tämä tutkimus keskittyy kuitenkin lähinnä kotimaan vuokrauksiin.

Sixt Autovuokraamolla on myös mobiilisovellus, jonka kautta asiakkaat voivat varata itselleen vuokra-auton. Vaikka yksikään kyselyyn vastanneista ei käyttänyt mobiilisovellusta ensisijaisena varauskanavana, on Sixtin silti hyvä pitää oma mobiilisovelluksensa aktiivisena. Mobiilisovelluksen käyttö on vielä melko tuore väline autonvuokrauksessa, mutta tulevaisuudessa sen merkitys muun muassa varauksen tekemisessä tulee kasvamaan.

5.4.1 Mikä vaikutti autovuokraamon valintaan

Enemmistö vastaajista, 86 %, kertoi vuokra-auton hinnan vaikuttavan autovuokraamon valintaan. Sixt Autovuokraamolla on käytössään dynaaminen hinnoittelu, mikä tarkoittaa, että yritys muuttaa hinnastoaan kysynnän mukaan. Vilkkaina sesonkeina hinnat ovat siis korkeammat kuin hiljaisina kausina.

Autovuokraamon sijainti, palvelu ja tavoitettavuus olivat myös merkittävien tekijöiden joukossa vastaajien valitessa autovuokraamoja. Sixtillä on Suomessa yhteensä 52 toimi-

pistettä aina pääkaupunkiseudulta Ivaloon asti. Autoja on mahdollista vuokrata myös toimitettuna, ja ympärivuorokautinen päivystys takaa auton saamisen myös toimistoai-kojen ulkopuolella. Näihin yrityksen on hyvä panostaa myös jatkossa.

Vuokra-auton koko oli myös merkittävä tekijä autovuokraamoa valitessa. Sixtillä on tarjota laaja autokalusto aina pienistä kahden hengen autoista farmareihin, edustusautoihin ja tila-autoihin.

5.5 Kuinka hyvin Sixt Autovuokraamo tunnetaan

Sixt Autovuokraamo ei ollut kovin tunnettu vastaajien keskuudessa. 30 % vastaajista oli tiesi yrityksen, ja vain 27 % oli vuokrannut Sixtillä aikaisemmin. Lähes saman veran, 29 %, ei ollut kuullut yrityksestä aikaisemmin.

Sijais- ja henkilöauton vuokraajilla oli eniten kokemusta Sixtin palveluista, mutta kummassakaan luokassa kyse oli silti alle puolesta vastaajista. Huimat 56 % pakettiauton vuokraajista ja 48 % ulkomailla vuokraajista ei tuntenut Sixtiä entuudestaan, joten tunnettuutta todellakin tulisi pyrkiä parantamaan.

5.6 Miten vastaajat kokivat Sixt Autovuokraamon

Mielikuva Sixt Autovuokraamosta jakautui lähes tasan kiinnostavan tai positiivisen ja neutraalin välille. Kukaan vastaajista ei kokenut Sixtiä negatiivisena tai ei lainkaan kiinnostavana.

Vastaajien mielikuva Sixtistä oli verrannollinen siihen , kuinka hyvin he tunsivat yrityksen. Enemmistö niistä, joilla ei ollut vuokrauskokemusta yrityksestä, piti sitä neutraalina, kun taas enemmistö vuokrauskokemusta omaavista piti yristystä kiinnostavana tai positiivisena.

5.7 Potentiaali kasvulle

Sixt Autovuokraamon tämänhetkinen markkinaosuus on noin 7 % (Seppo Sariola 2013). Tämä oli nähtävissä myös tutkimustuloksissa kun vastaajilta kysyttiin Sixtin tuntemisesta. Tarvetta tunnettuuden lisäämiselle ja toiminnan kasvulle on siis selkeästi olemassa.

Suurin osa vuokrauskokemusta Sixtiltä omanneista vastaajista koki Sixtin kiinnostavana tai positiivisena, ja myös merkittävä osa niistä, jotka eivät tunteneet yritystä lainkaan. Tämä viittaa selvästi siihen, että tunnettuuden lisäämisellä saataisiin enemmän asiakkaita kiinnostumaan yrityksen palveluista. Tutkimuksessa kävi myös ilmi, että vastaajat eivät olleet erityisen sitoutuneita käyttämäänsä autovuokraamoon, mikä tarkoittaa, että Sixtin olisi mahdollista saada uusia asiakkaita jo olemassa olevista, toisten autonvuokrausyritysten palveluita käyttävistä asiakkaista.

6 POHDINTA

Olin jättänyt opinnäytetyön tekemisen melko viime tippaan, sillä mielsin sen todella haastavaksi projektiksi. Toimeksiantajan saaminen edisti työn valmistumista suuresti, sillä sain toimeksiantajalta apua pulmatilanteisiin ja vinkkejä lähdekirjallisuuden suhteen. Omaa motivaationa myös lisäsi se, että työllä on merkitystä myös muutoin kuin vain omana päättötyönäni.

Sain toimeksiannon tammikuussa 2013, ja jo samalla viikolla oli tarkoituksena toteuttaa kysely tutkimusaineiston keräämiseksi. Näin ollen kyselylomake suunniteltiin turhan kiireisesti, minkä seurauksena sen muotoilu jäi hieman epäselväksi, ja näin ollen osa vastaajista ei tuntunut ymmärtävän kaikkia kysymyksiä. Vastausten määrä jäi hieman uupumaan tavoitteesta, joka oli 100 kappaletta. Suurin osa vastauksista saatiin Matka 2013 -tapahtumasta, ja vain muutama Sixtin toimipisteistä. Kyselyä kerättiin kyllä useammassa toimipisteessä, mutta jostain syystä näistä ei saatu vastauksia. Näin ollen tutkimustulokset eivät ole täysin luotettavia, mutta yritys saa niistä kuitenkin suuntaa antavaa tietoa toimintansa suunnitteluun.

Aineiston keräämisen jälkeen jouduin pitämään hieman taukoa opinnäytetyöstä, joten tulosten analysointi ja työn rakentaminen on tapahtunut pääosin huhti-toukokuussa 2013. Alun ahdistuksen jälkeen rupesin edistymään hitaasti, mutta varmasti, ja sain työn valmiiksi alkuperäisen aikataulun mukaisesti.

Työssäni pidin eniten vastausten ristiintaulukoinnista ja analysoinnista, koska niistä oli suoraan nähtävissä yrityksen saama hyöty. Vaikeimmaksi opinnäytetyössäni koin työn teoreettisen osuuden.

LÄHTEET

Kirjalliset lähteet

Anttila, M. & Iltanen, K. 1993. Markkinointi. 5. painos. Porvoo: WSOY.

Kotler, P. & Keller K. L. 2012. Marketing Management. Essex: Pearson Education Limited.

Raatikainen, L. 2008. Asiakas, tuote ja markkinat. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Internet-lähteet

Sixt Autovuokraamo. Luettu 1.2.2013.

http://fi.sixt.com/php/reservation?language=fi_FI

Muut lähteet

Keskustelu Sixt Autovuokraamon kehitys- ja markkinointipäällikön Taina Kivistön kanssa 20.5.2013

Suomen autovuokraamojen liiton hallituksen jäsenen, Sixt Autovuokraamon entisen toimitusjohtajan Seppo Sariolan kanssa käyty sähköpostikeskustelu 22.5.2013.

Keskustelu Sixt Autovuokraamon Tampereen aluejohtajan Taina Lehtipuun kanssa 1.4.2013.

LIITTEET

Liite 1 Kyselylomake

1 (4)

Tarvitsemme apuasi!

Teemme tutkimusta autonvuokrauskäyttäytymisestä. Tutkimuksen toteuttaa Tampereen ammattikorkeakoulun matkailualan opiskelija Anniina Lehtipuu osana oppinnäytetyötä, tulokset tulevat Sixt Autovuokraamon käyttöön.



Pyydämme Sinua vastaamaan jokaiseen kysymykseen valitsemalla vaihtoehdon, joka parhaiten kuvastaa Sinun mielipidettäsi. Joissakin kohdissa voit valita useamman vaihtoehdon. Kyselyyn vastataan anonyymisti, ja kaikki tiedot käsitellään luottamuksellisesti.

1. Sukupuoli

☐ Nainen

☐ Mies

2. Talouden koko

☐ Asun yksin

☐ Avo/avioliitossa, lapsia 1-3

☐ Avo/avioliitossa, ei lapsia

☐ Avo/avioliitossa, lapsia yli 3

3. Bruttotulot (euroa vuodessa)

☐ 0 - 4 999

☐ 30 000 - 39 999

☐ 5 000 - 9 999

☐ 40 000 - 49 999

☐ 10 000 - 14 999

☐ 50 000 - 59 999

☐ 15 000 - 19 999

☐ 60 000 - 79 999

☐ 20 000 - 24 999

☐ 80 000 - 99 999

☐ 25 000 - 29 999

☐ yli 100 000

4. Asuinlääni

☐ Etelä-Suomen

☐ Ahvenanmaan

☐ Länsi- ja Sisä-Suomen

☐ Pohjois-Suomen

☐ Itä-Suomen

☐ Lapin

☐ Lounais-Suomen

5. Asuinalue

☐ Kaupungin keskusta

☐ Haja-asutusalue

☐ Taajama / lähiö

6. Vuokraatko autoja kotimaassa? Voit valita useamman.

Kyllä;

☐ Sijaisauto (esim. huollon yhteydessä)

☐ Tila-auto tai minibussi

☐ Pakettiauto

☐ Matkailuauto

2 (4)

☐ *Henkilöauto*☐ *Muu, mikä?*

En, koska

☐ *En omista ajokorttia*☐ *oma / työsuhdeauto*☐ *Muu syy, mikä?*☐ *Käytän julkisia kulkuvälineitä*

7. Mikä / mitkä ovat tärkeimmät syyt auton vuokraamiseen kotimaassa? Voit valita useamman.

☐ Kesäloma☐ Hiihto / talviloma☐ Syysloma☐ Kaupunkiloma☐ Mökkiloma☐ Perheloma☐ Aktiiviloma (esim. laskettelu, patikointi, koskenlasku)☐ Juhlapäivä (syntymä-, vuosi-, äitienpäivä jne.)☐ Juhlapyhä (joulu, juhannus, pääsiäinen jne.)☐ Oman auton huolto / korjaus☐ Muutto uuteen asuntoon☐ Viikonloppu☐ Työ- tai lomamatka ulkomaille☐ Muu syy, mikä?

8. Milloin yleensä varaat vuokra-auton?

☐ Samana päivänä☐ 1 -2 päivää ennen vuokrausajankohtaa☐ 3-4 päivää ennen vuokrausajankohtaa☐ 5 -7 päivää ennen vuokrausajankohtaa☐ 8 -14 päivää ennen vuokrausajankohtaa☐ alle 1kk ennen vuokrausajankohtaa☐ 1- 3kk ennen vuokrausajankohtaa☐ yli 3kk ennen vuokrausajankohtaa

9. Mikä vaikuttaa autovuokraamon valintaan? Valitse viisi (5) tärkeintä. (Jatkuu seuraavalla sivulla)

☐ Automerkki☐ Auton koko☐ Auton varustelutaso

3 (4)

- ☐ Auton vuosimalli / kaluston tuoreus
- ☐ Kanta-asiakkuus
- ☐ Autovuokraamon sijainti
- ☐ Ympäristöystävällisten autojen saatavuus
- ☐ Autovuokraamon tunnettuus
- ☐ Vuokra-auton hinta
- ☐ Palvelu
- ☐ Autovuokraamon yleisilme (henkilökunta, toimipisteet jne.)
- ☐ Tavoitettavuus
- ☐ Muu syy, mikä?

10. Kuinka usein käytät autovuokraamon palveluita?

En koskaan 1 2 3 4 Yli 5 kertaa vuodessa

11. Kuinka sitoutunut olet käyttämäsi autovuokraamoon?

En lainkaan 1 2 3 4 Erittäin sitoutunut

12. Mitä kautta varaat vuokra- tai sijaisauton? Voit valita useamman.

- ☐ Autovuokraamon omilta Internet-sivuilta
- ☐ Autovuokraamon mobiilisovelluksella
- ☐ Huoltoliikkeen / korjaamon Internet-sivuilta
- ☐ Puhelimitse/sähköpostitse suoraan autovuokraamosta
- ☐ Puhelimitse / sähköpostitse suoraan huoltoliikkeestä/korjaamosta
- ☐ Matkatoimistosta
- ☐ Online-matkatoimisto (esim. ebookers)
- ☐ Välittäjän- tai hintavertailusivustolta (Autoeurope, Vertaa.fi, Skyscanner, Cartrawler)
- ☐ Lentoyhtiön sivustolta
- ☐ Vakuutusyhtiöstä tai tiepalvelusta

13. Onko Sixt Autovuokraamo Sinulle tuttu?

- ☐ En tunne Sixtiä
- ☐ Olen vuokrannut auton Sixtiltä
- ☐ Olen kuullut / nähnyt aiemmin
- ☐ Aion vuokrata auton Sixtiltä

14. Miten näet Sixt Autovuokraamon?

- ☐ Kiinnostavana / positiivisena
- ☐ Neutraalina

4 (4)

- ☐ Negatiivisena
- ☐ Ei lainkaan kiinnostavana

Miksi? _____

Kiitos vastauksistasi!